

АВТО

КОМПОНЕНТЫ

Volkswagen

новая линейка двигателей

Сканеры

главный инструмент диагноста

Автомобильные аксессуары

новинки рынка

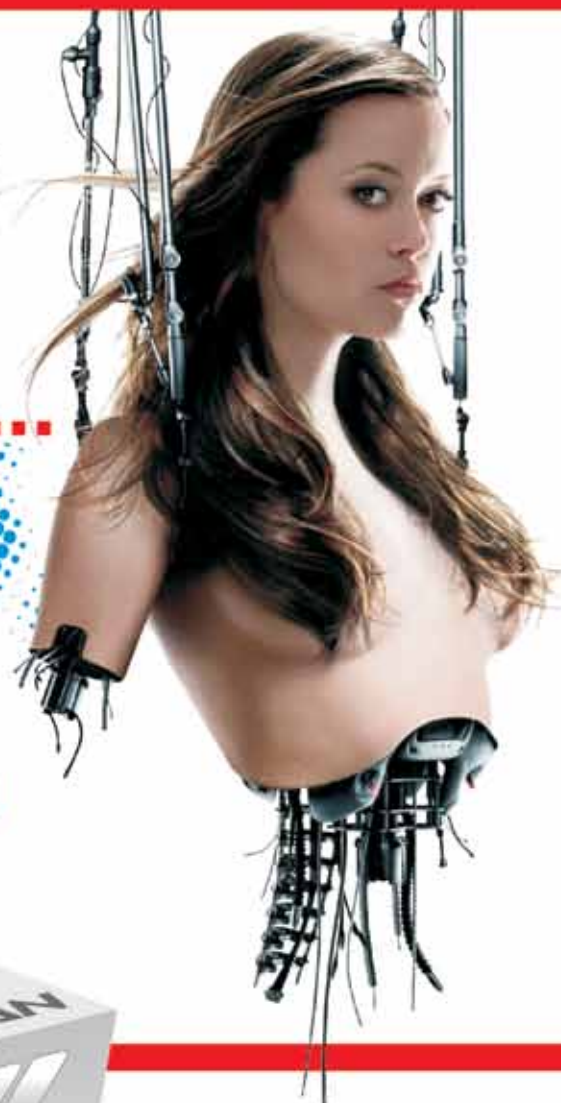


АМОРТИЗАТОРЫ: лидеры отрасли

Нужны запчасти..?

Весь МИР - В ДЕТАЛЯХ...

КИТАЙ
ОФИЦИАЛЬНЫЙ



www.ad-k.ru

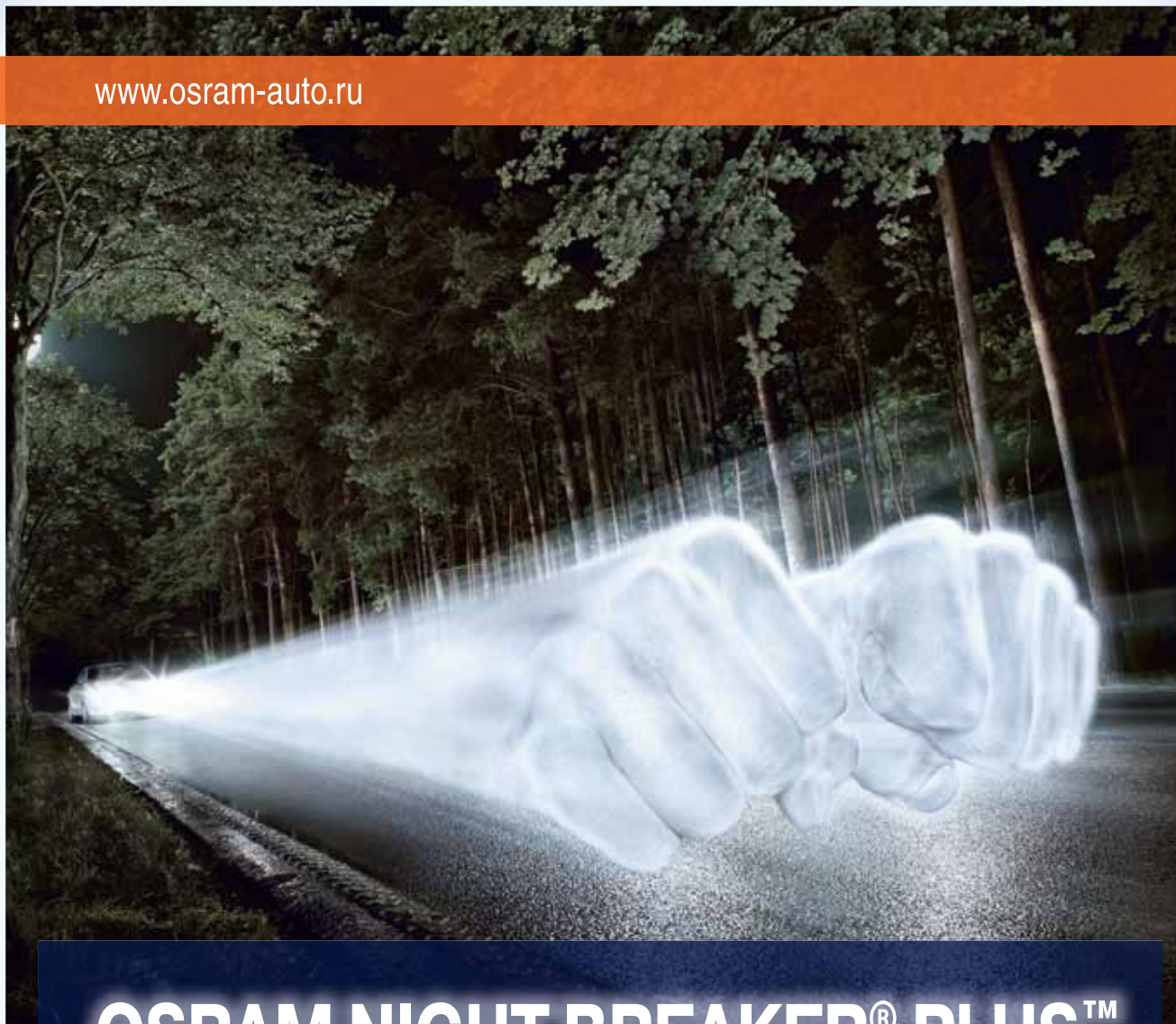


сеть розничных магазинов
интернет магазин
крупный опт

тел.(495)661-17-55/56

постоянно на складе - более 50-ти тысяч номенклатурных позиций.
низкие цены • отправки во все регионы РФ • прямые поставки

www.osram-auto.ru



OSRAM NIGHT BREAKER® PLUS.™

Брось вызов ночи!

- на 90% больше света
- на 10% более белый свет
- на 50% увеличен срок службы*

PLUS
Extra Lifetime



OSRAM

увидеть мир в новом свете

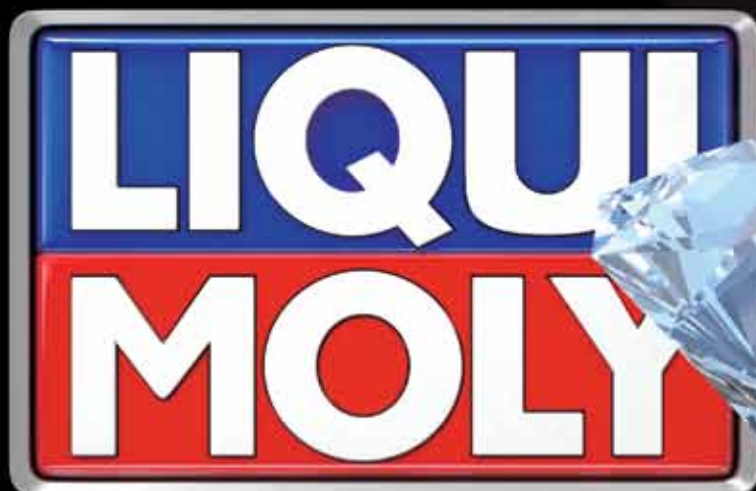


* По сравнению с предыдущим поколением Night Breaker®

Адрес в Москве:

115114, Москва, Летниковская ул., д.11/10, стр.1,
тел./факс: (495) 935-70-70, (495) 935-70-76

реклама



ЛУЧШИЙ^{*} БРЕНД

В ГЕРМАНИИ

в категории
«Смазочные материалы»



* Лучший бренд 2010-2011 года в категории «Смазочные материалы» по мнению читателей журналов **Auto Motor und Sport** и **Auto Zeitung**

www.liquimoly.ru

 TB™ Lubricants



Cool Drink for a Cool Car

Автомобильные масла и смазки

МОСКВА ЗАО "Авто-СПДС-РУС"
55 км МКАД, Торговый комплекс "АвтоМолл"
северная сторона, павильон 5/7
Тел.: +7 (926) 476 2705, +7 (495) 644 5316, +7 (926) 533 0628
www.tb-oil.ru

Содержание

Новости. События. Презентации

Рынок компонентов

«КУВ-серви»: доказанные преимущества	8
Амортизаторы FENOX: новый этап развития	11
Для зимы и лета. Морозам вопреки	12
Так все-таки комфорт или безопасность...	14
Как выбрать амортизатор: советы профессионалов	16

Производство

Проще, дешевле, лучше?!	22
MEMS-датчики Bosc	25

Светотехника

OSRAM: Xenarc Silverstar	29
--------------------------	----

Масла и ГСМ

AIMOL: параметры оценки качества	32
----------------------------------	----

Шины и диски

Новости отрасли	36
-----------------	----

Экономика. Бизнес. Практика

«Планета Железяка»: умение предугадывать желания клиента	38
Рольф: We Love parts	40

Сервис. Эксплуатация. Оборудование

Главный инструмент диагноста	44
Carglass: дарящие уверенность	46

Автомобильные аксессуары

Уютно, как в своем доме...	52
Второе зрение	54
Парктроники AIRLINE	58
Сейф в автомобиле	62

Страница маркетолога **64**

Подписка

Главный редактор

Иван Баракин
red@maks-m.com

Ответственный секретарь

Наталья Елисеева
eliseeva@maks-m.com

Редакторы

Александр Филонов
Денис Миронов

Арт-директор

Андрей Стоцкий

Художник

Алексей Шухардин

Корректор

Наталья Попова

Отдел распространения

Дмитрий Кузнецов
distrib@maks-m.com

Отдел рекламы

Руководитель – Тамара Поторочина
tamara@maks-m.com

Ведущий специалист - Вера Алембаева
veraal@maks-m.com

Елена Алферова, Иван Бирюков

Тел.: +7(495) 955-90-80,

E-mail: reklama@maks-m.com

Руководитель проекта

Елена Федоткина
f.elena@maks-m.com

Директор по развитию

Алевтина Ларина
alevtina@maks-m.com

Над номером работали:

Александр Шубин, Марина Белоглядова,
Алексей Панкратов, Виталий Карлов,
Анастасия Федоткина, Наталья Елисеева,
Эдуард Столяров

Учредитель ООО «Макс Медиа»

Контактная информация:

Тел.: +7(495) 955-90-80

Факс: +7(495) 955-90-80

Редакция - E-mail: red@maks-m.com

Отпечатано в ЗАО «Периодика»

Тираж 45000 экз. Выходит ежемесячно.

Журнал зарегистрирован в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций

Регистрационный номер

ПИ № ФС77-47177 от 03.11.2011

Ответственность за точность опубликованной информации несут авторы публикаций. За содержание рекламных материалов редакция ответственности не несет.

Перепечатка материалов, опубликованных в журнале, допускается только с разрешения ООО «Макс Медиа». При цитировании ссылка на журнал «Автокомпоненты» обязательна

Распространяется во всех регионах России, ближнем и дальнем зарубежье.

Цена свободная.

ЗАВОД АТИ: НАКЛАДКИ ИЗ НОВОЙ ФРИКЦИОННОЙ МАССЫ



В марте 2012 года Санкт-Петербургский Завод АТИ – ведущий производитель тормозных изделий для пассажирского и грузового транспорта – начал выпуск накладок из новой фрикционной массы АТИ-490.

Накладки АТИ-490 легко узнать по характерному красному цвету и узнаваемому логотипу производителя - ОАО «Завод АТИ».

Серия АТИ-490 была специально разработана техническими специалистами Завода для тормозных систем, работающих в экстремальных условиях.

Фрикционная смесь АТИ-490 обогащена группой компонентов, усиливающих эксплуатационные свойства накладок: гамма-процентный ресурс, износостойкость, теплопроводность, сокращение тормозного пути.

Накладки АТИ-490 производятся для всех видов пассажирского и грузового транспорта.

ВЕСЕННИЙ ПОДАРОК ОТ PEUGEOT

Появилась информация, что новинку Peugeot 4008 в России начнут продавать уже в апреле текущего года. Это раньше, чем даже во многих странах Европы, где официальный старт назначен на май. Совсем недавно Peugeot обнародовал фотографии новинки – кроссовера 4008, построенного на платформе нового Mitsubishi ASX.

Существует несколько вариантов двигателей Peugeot 4008. Предлагаются по два бензиновых и дизельных силовых агрегата. Бензиновый 1,6-литровый мотор в сочетании только с механической КПП и с передним приводом. Более мощный двухлитровый двигатель будет сочетаться как с «механикой», так и с вариатором. В такой комплектации предусмотрено оснащение автомобиля полным приводом. Если говорить о турбодизелях, то моторы объемом в 1,6 и 1,8 л. работают исключительно с МКПП.



ЕВРОПЕЙСКОЕ КАЧЕСТВО! АМОРТИЗАТОРЫ

Вся продукция Finwhale® сертифицирована и одобрена национальными органами стандартизации стран, на территории которых она реализуется. Все ступени производства, а также субпоставщики заводов-производителей являются обладателями сертификатов системы управления качеством в соответствии с серией стандартов ISO 9001, ISO/TS 16949, ISO 14001.



Товар сертифицирован

www.finwhale.ru

Защищённое качество

* Для отечественных автомобилей и иномарок российской сборки

ДЛЯ ВСЕХ ПОПУЛЯРНЫХ АВТОМОБИЛЕЙ РОССИИ*

ЛУЧШАЯ В МИРЕ КОЛЛЕКЦИЯ КЛАССИЧЕСКИХ PORSCHE УЙДЕТ «С МОЛОТКА»



Торги американского аукционного дома Gooding&Company в марте 2012 года будут украшены коллекцией из 18 классических автомобилей Porsche, пожалуй, лучшим частным собранием машин этой легендарной марки в мире.

Самый дорогой автомобиль коллекции – гоночный Porsche 917/30 Can-Am Spyder образца 1974 года. По мнению организаторов аукциона, его стоимость составит от 3,25 до 4 миллионов долларов. Автомобиль, оснащенный 1000-сильным 12-цилиндровым оппозитным мотором, – один из четырех спортивных 917-х, выпущенных «Порше». Изначально машина предназначалась для команды Penske-Sunoco, правда продали ее владельцу австралийского импортера Porsche того времени – Алану Хэмилтону. Позже «Spyder» был выкуплен заводом марки, а в последствии перешел к Мэттью Дренделу – владельцу всех 18 автомобилей. Гоночный 917-й полностью отреставрирован и окрашен в фирменные цвета Penske-Sunoco.

Porsche 962 1984 года и Porsche RSR Turbo Carrera 2.14 1974 года – еще два раритетные спорткара из коллекции оцениваются организаторами аукциона в одинаковую сумму, примерно от 1,75 до 2,2 миллиона долларов за каждый. Porsche 962 из этой коллекции, по утверждению представителей Gooding & Company, является лучшим экземпляром этой модели во всем мире. Среди заслуг данного автомобиля – победа в марафоне «24 часа Дайтоны». Porsche RSR прошел полный гоночный сезон 1974 года на Нюрбургринге, Имоле и Целтвеге. Этот автомобиль турбированный и был собран вручную.

Кроме этих автомобилей коллекцию Дрендела украшают болид Формулы-1 McLaren-Porsche MP4/3 образца 1987 года (единственный болид в мире, находящийся в частном владении), а также спортпрототипы для «Ле-Мана» и «Себринга». Наиболее доступной машиной из всех 18-ти считается Porsche 944 S2 Cabriolet 1991 года выпуска, его предварительная стоимость около 30 тысяч долларов.



JAGUAR ЗАКРЫВАЕТ МУЗЕЙ В КОВЕНТРИ

Британскому производителю Jaguar придется закрыть музей достижений марки, расположенный в Англии, скорее всего уже в сентябре 2012 года. Коллекция автомобилей до сих пор экспонируется на территории ранее принадлежавшего компании завода в Браунс-Лэйн (Ковентри), хотя с 2007 года производство принадлежит другому владельцу.

По заявлению представителей компании музей Jaguar можно посетить только до осени, затем его закроют.

В этой уникальной коллекции всего 150 машин, причем самая старинная из них выпущена в 1896 году. Постоянно для просмотра представлено около 30 автомобилей. Учитывая стабильный интерес посетителей, владельцы не планируют окончательно закрывать музей, скорее всего вся экспозиция переедет на новую площадку, правда подходящее место пока не найдено.



Кроме непосредственно экспонирования музей Jaguar активно занимается работой с владельцами редких машин этой марки: именно здесь выдают сертификаты, номера шасси, а также можно приобрести оригинальные детали к ретро-автомобилям Jaguar.

В компании заверили, что наиболее ценные, исторические значимые модели Jaguar будут публично выставляться в рамках различных мероприятий, которые проводятся маркой по всему миру. «Наша история и наше наследие невероятно важны для нас. Мы не хотим, чтобы люди думали, что мы просто закрываем двери и уходим отсюда», – прокомментировал решение компании представитель пресс-службы Jaguar UK Фай Голдстро.

Завод в Браунс-Лэйн, на территории которого до настоящего времени находится музей, выпустил первый Jaguar еще в 1951 году. К сожалению, в 2005 году производство было остановлено и в 2007 году перешло к новому владельцу.



Свечи зажигания Bosch – история успеха

2012 год является особенным для компании Bosch. 110 лет назад, в 1902 году, компания Bosch представила первую в мире свечу зажигания, соединенную с магнето высокого напряжения, что стало настоящей революцией в автомобилестроении. Тем самым была решена проблема зажигания – одна из главных проблем в ранней истории автомобильной промышленности. С того времени компания Bosch разработала более 20 тысяч модификаций свечей зажигания, постоянно совершенствуя их.

Сегодня свечи зажигания Bosch применяются в самых разных транспортных средствах и других устройствах:

- легковые автомобили
- коммерческий транспорт
- мотоциклы, мопеды, снегоходы
- катера и водная техника
- сельскохозяйственная, строительная и садовая техника
- бензопилы
- стационарные двигатели и генераторы

В ассортименте Bosch есть

свечи зажигания для любого двигателя с учетом требований автопроизводителей и новейших разработок компании – с центральным электродом, легированным иттрием, с электродами, покрытыми платиной, со сплавом платины с иридием, с серебряным покрытием. Количество боковых электродов в свечах зажигания Bosch варьируется от одного до четырех.

Преимущества использования свечей зажигания Bosch очевидны:

- исключительная надежность зажигания;
- увеличенный срок службы свечи;
- плавная работа и повышенная гибкость двигателя;
- отсутствие пропусков зажигания на протяжении всего срока службы;
- помехоподавление для оптимальной работы всей бортовой электроники;
- оптимальное сгорание воздушно-топливной смеси наряду с повышенной защитой катализатора и пониженным потреблением бензина.

Крупнейшие мировые производители используют свечи зажигания Bosch для серийной комплектации автомобилей. Так, например, автомобили Ford Focus III («Duratec» Ti-VCT 1.6л), новый Volkswagen Passat (TSI 1.8; TSI 2.0) сходят с конвейера со свечами зажигания Bosch.

Компания Bosch в течение многих лет выступает спонсором

DTM – международной серии автосоревнований, которая проводится в Европе, Африке, Китае и Северной Америке и входит в число самых популярных авто-спортивных мероприятий в мире. Команды серии DTM доверяют превосходному качеству, и свечами Bosch комплектуются все участвующие в гонках DTM болиды. Кроме того, свечи зажигания Bosch не раз приносили победу в таких соревнованиях, как 24-часовая серия Le Mans, Indy Racing League, V8 Supercar, Шведском чемпионате кузовных автомобилей.

На протяжении 2007–2011 годов по результатам опроса читателей немецкого авторитетного журнала «Auto, Motor und Sport» Bosch признается лучшим брендом в категории «Свечи зажигания». Это в очередной раз свидетельствует о высоком качестве, надежности и широком ассортименте свечей зажигания Bosch для любого автомобиля.

«KYB-сервис»:

доказанные преимущества

KYB

Our Precision, Your Advantage

Амортизатор автомобиля агрегат особый. От его технического состояния зависит не только комфорт передвижения, но и поведение машины на дороге: ее управляемость, курсовая устойчивость, тормозной путь. Чтобы не на словах, а на деле внести свой вклад в улучшение безопасности дорожного движения, представительство KYB запустило в России программу, по которой владелец автомобиля имеет возможность не просто приобрести оригинальные амортизаторы, подобранные с учетом особенностей эксплуатации его машины, но и грамотно установить их в авторизованном компанией KYB сервисном центре. О нюансах работающего уже более шести лет проекта рассказывает руководитель проекта «KYB-сервис» Щербак Алексей и ведущий технический специалист Представительства KYB Europe GmbH в России Бескоровайный Сергей.



Руководитель проекта «KYB-сервис» – Щербак Алексей



Ведущий технический специалист Представительства KYB Europe GmbH в России – Бескоровайный Сергей

– А как возникла идея создания такой уникальной программы? Ведь ничего подобного в России, насколько мне, – рядовому автолюбителю, известно, раньше не было.

А. Ш.: – Современная тенденция рынка услуг такова, что основным критерием в выборе становится не цена, а скорость и гибкость, – как составляющие качественного сервиса. Выигрывает тот, кто может обеспечить потребителя комплексным обслуживанием, предоставить и качественный товар с гарантией срока службы, и качественный сервис, не оставляющий сомнений.

Получив официальный статус Представительства на территории РФ в 2005 году, мы начали реализацию проектов, направленных на поддержку официального бизнеса и обеспечивающих контроль над соблюдением технических требований производителя к продаже и установке амортизаторов и пружин. Мы прекрасно понимаем: клиенту важна не только сама деталь как таковая, но и гарантия её

долговечной и эффективной эксплуатации. Даже самый лучший амортизатор должен быть грамотно подобран и правильно установлен с учётом рекомендаций производителя. Поэтому наши усилия направлены на построение взаимодействия между дистрибьюторами и специалистами по установке запчастей именно для обеспечения сопутствующего качественного и комплексного сервиса.

В программу «KYB-сервис» вовлечено три участника: производитель KYB, официальный импортер (прямой дистрибьютор) и сервисная станция, авторизованная компанией KYB или любым автопроизводителем. При соблюдении определенных условий их взаимодействия сервисным станциям делегируется право предоставлять длительную гарантию на нашу продукцию.

Основное отличие программы «KYB-сервис» от других «гаражных» проектов – ее некоммерческая направленность. Наша компания, в отличие от

других производителей, реализующих подобные программы, не обязывает своих партнеров подписывать соглашения по объемам продаваемой продукции, размещать на территории СТО рекламу только своего бренда и, в целом, не ограничивает в выборе поставщиков. Единственное требование KYB к авторизованным станциям технического обслуживания – профессиональная установка амортизаторов и контроль технического состояния подвески. Все, что требуется от сервиса: квалифицированное обслуживание клиентов с использованием специальных инструментов.

Кроме того, мы обеспечиваем станции качественной рекламной продукцией (фирменной спецодеждой, технической литературой, различными интерьерными и экстерьерными конструкциями). Также участникам программы компенсируются затраты на рекламу данного проекта в СМИ и даже некоторые работы по гарантийной замене амортизаторов. Есть еще ряд

дополнительных преимуществ, которые получают партнеры – участники проекта.

– Сколько фирменных центров за это время было открыто?

А. Ш.: – Начальный этап работы в 2005–2006 годах был довольно сложным. Сервисы и дистрибьюторы присматривались к программе KYB-сервис с осторожностью. Авторизованных станций было тогда совсем немного, около 40. После 2006 года, когда поставки продукции KYB в Россию увеличилось в разы, и преимущества нашей программы стали очевидными, количество авторизованных центров существенно увеличилось. Сейчас только на территории РФ их уже более 400.

В качестве примера приведу итоги 2011 года: на станциях, входящих в программу «KYB-сервис», было обслужено более 85000 автомобилей; установлено более 190000 амортизаторов KYB с предоставлением длительной гарантии. При этом количество рекламаций, как и в предыдущие годы, не превысило 0,15%.

– *Насколько широки полномочия, которые КУВ делегирует авторизованным сервисным центрам, входящим в программу?*

А. Ш.: – В рамках программы «КУВ-сервис» сервисам делегируются максимальные полномочия:

– проведение качественной диагностики ходовой части автомобиля, правильную установку амортизаторов и других, требующих замены деталей подвески;

– межсервисную диагностику подвески, для сохранения гарантии на установленные амортизаторы;

– рассмотрение рекламационных случаев и удовлетворение претензий клиентов в случае признания правомочности рекламации.

Поэтому мы должны быть уверены в профессионализме мастеров СТО и качестве предоставляемых СТО услуг. Для этого был разработан механизм авторизации СТО.

Авторизованный сервис выгодно отличается от остальных тем, что может предоставлять длительную (до 2 лет) гарантию на амортизаторы, имеет каналы поставки деталей гарантированно оригинального качества, обеспечивает сопровождение гарантии и имеет право решать спорные вопросы без привлечения поставщика детали: заменять детали сразу при выявлении неисправности. Как раз эти основные моменты и определяют желание СТО работать с нами в программе «КУВ-сервис». А для клиента эти факторы определяют его выбор в сторону сервиса, способного предоставить всесторонние услуги.

– *Какова гарантированная наработка амортизатора в километрах? На что может ориентироваться автолюбитель, приобретающий продукцию компании КУВ?*

С. Б.: – На территории таможенного союза на амортизаторы и пружины КУВ предоставляется гарантия до 2-х лет или до 70 000 км пробега в зависимости от того, что наступит раньше. Это достаточно ответственный шаг для нас, как для производителя, учитывая тяжелые условия эксплуатации амортизаторов в России. Тем не менее, наша компания не делает больших различий между условиями предоставления гарантии на Российском и Европейском рынках. Наша компания предъявляет в России такие же требования для сохранения гарантии, как и в Европе: межсервисная диагностика и установка на сервисных станциях. Более подроб-

ные условия предоставления гарантии размещены на нашем сайте www.kyb.ru и в гарантийных талонах.

Цифра 70 000 км пробега взята не с потолка. По нашей оценке в среднем эффективность амортизатора падает именно к этому рубежу. К слову сказать, в Европе гарантия на амортизаторы не намного больше – 80 000 км.

После такого пробега в большинстве случаев эффективность амортизатора падает на столько, что может угрожать безопасности при управлении автомобилем.

– *А действительно ли ошибки монтажа амортизаторов могут сократить их ресурс?*

С. Б.: – Естественно! Мало того, неправильный монтаж амортизатора сокращает его ресурс и существенно...

Начнем с того, что перед заменой амортизатора нужно убедиться, что все элементы подвески находятся в рабочем состоянии. Зачастую, обычный автовладелец не обладает достаточным опытом для того, чтобы оценить состояние таких важных элементов амортизационного узла, как пружина и верхняя опора, которые существенно влияют на ресурс амортизатора. Очень часто обычный автовладелец даже не знает о некоторых тонкостях при установке амортизаторов, несоблюдение которых сокращает его жизнь. Например: на большинстве автомобилей после замены амортизаторов необходимо провести процедуру регулировки схода развала. Затяжку креплений всех амортизаторов необходимо производить с моментом, установленным заводом изготовителем автомобиля. А крепления некоторых амортизаторов необходимо затягивать под нагрузкой. И так далее... Таких особенностей достаточно много. Именно поэтому мы предоставляем долгосрочную гарантию только при установке амортизаторов на сервисной станции.

Представительство КУВ, в свою очередь, проводит огромное количество семинаров, на которых рассказывает специалистам сервисных станций и продавцам магазинов обо всех тонкостях установки и эксплуатации амортизаторов.

– Часто владельцы современных автомобилей, оснащенных системами курсовой устойчивости и антиблокировочной системой тормозов, игнорируют рекомендации техников сервисных центров – заменить амортизаторы, эффективность работы которых упала ниже допустимого предела. Действи-

КУВ

Our Precision, Your Advantage



6 преимуществ сотрудничества с КУВ

- 1 Вся официально поставляемая продукция КУВ защищена долгосрочной гарантией производителя (до 24-х месяцев или 70 000 км пробега с момента приобретения).
 - 2 Партнёры КУВ получают продукцию гарантировано оригинального качества непосредственно от производителя — компании KYB Corporation.
 - 3 Авторизованные СТО, участники программы «КУВ-сервис», получают полноценную информационную, техническую и рекламную поддержку.
 - 4 Авторизованные СТО, участники программы «КУВ-сервис», имеют право на месте принимать решение о гарантийной замене продукции КУВ, что значительно упрощает взаимодействие с клиентами.
 - 5 Персонал авторизованных СТО может пройти техническое обучение за счет производителя — компании KYB Corporation.
 - 6 Только авторизованные СТО имеют персональную страничку на сайте Представительства КУВ в России (www.kyb.ru).
- ! Подробнее о программе «КУВ-сервис» Вы можете узнать на сайте www.kyb.ru или у официальных дистрибьюторов КУВ



! Компания КУВ приглашает магазины автозапчастей принять участие в программе «Сертифицированная точка продаж». Особенности и преимущества сотрудничества с автомагазинами на сайте www.kyb.ru

тельно ли современные системы безопасности позволяют эксплуатировать демпферы, пока из них, в прямом смысле слова, масло не потечет?

С. Б.: – Это крайне опасное заблуждение. Амортизатор – это элемент подвески, от эффективности работы которого в большой степени зависит контакт шины с дорогой. Именно он обеспечивает равномерное сцепление колеса с поверхностями с различным рельефом и не дает ему подпрыгивать на кочках. А теперь представим, что амортизаторы автомобиля в результате естественного износа не достаточно эффективно гасят колебания подвески. В этом случае начинает проявляться и прогрессирует продольная и поперечная раскочка кузова автомобиля, что не просто ухудшает управление машиной, но и отрицательно влияет на самочувствие водителя – он быстро утомляется, хуже контролирует дорожную ситуацию. Но это меньшая из возможных бед. Так мало кто из автолюбителей знает, что при изношенных амортизаторах тормозной путь автомобиля оснащенного антиблокировочной системой тормозов (ABS), может увеличиться на 4,5 метра! Как такое возможно? Да очень просто. Представим себе движение машины с неисправными амортизаторами по неровной дороге. Завидев препятствие, водитель нажимает на педаль тормоза. Как только тормозной момент превысит силу сцепления шины с дорожным покрытием и она начнет скользить, происходит разблокировка тормозного механизма, колесо начинает вращаться. Тормозные колодки вновь сжимают диски, тормозной момент опять растет, пока колесо не блокируется и не начинает скользить. Данный процесс носит циклический характер, позволяет избежать блокировки колес и сокращает тормозной путь автомобиля при условии, что колесо находится в постоянном контакте с дорогой. Но неисправный амортизатор не способен этот самый контакт обеспечить. В результате антиблокировочная система

срабатывает чаще, и тормозные механизмы гасят (рассеивают) меньшее количество энергии в единицу времени. Итог – тормозной путь удлиняется. Мало того, плохой контакт шины с дорогой ухудшает и управляемость автомобилем. А, значит, водитель может не успеть уйти от препятствия.

Системы курсовой устойчивости, более продвинутые антипробуксовочные системы, работают еще более неправильно при неисправных амортизаторах.

При пробуксовке ведущих колес в момент ускорения антипробуксовочная система автоматически снижает крутящий момент двигателя и подтормаживает сорвавшееся в пробуксовку колесо, способствуя восстановлению тягового усилия. При отсутствии контакта колеса с дорожным покрытием система вступает в работу раньше, чем это необходимо. Система курсовой устойчивости с помощью датчиков улавливает занос из-за резкого поворота руля или недостаточного контакта со скользкой дорогой. Изменяя крутящий момент двигателя и притормаживая одно из колес, она выводит автомобиль из заноса и помогает водителю стабилизировать траекторию движения. При неисправно работающем амортизаторе теряется контакт колеса с дорожным покрытием, что заставляет систему курсовой устойчивости вступать в работу чаще, чем обычно, и приводит к ее выходу из строя. Как мы видим, достаточно недорогой неисправный амортизатор может выводить из строя более дорогие системы.

Поэтому надеяться на сложную и «мудрую» электронику и ездить до момента пока амортизаторы потекут, – это преступление. Именно эта сложная и «мудрая» электроника выходит из строя в первую очередь из-за неправильно работающего амортизатора.

– В линейке продукции KYB есть три типа амортизаторов: гидравлические двухтрубные, газомасляные двухтрубные и газомасляные однотрубные. Какой конструк-

ции отдать предпочтение?

С. Б.: – Выбирать амортизаторы нужно не по конструкции, а по характеристикам, которыми они обладают. Для тех, кто предпочитает неспешную езду с максимальным комфортом, более всего подойдут гидравлические амортизаторы. Такие амортизаторы еще и дешевле. Газомасляные двухтрубные амортизаторы обеспечивают наилучшее сочетание управляемости и комфорта. Именно эта конструкция – наиболее продаваемая и популярная в мире.

Водителям, которые готовы пожертвовать комфортом ради управляемости и предпочитают активный стиль управления, лучше всего подойдут газомасляные однотрубные амортизаторы. Ждать от них комфорта не стоит, зато оторваться от дороги колесам они точно не дадут.

Замечу, что все три типа амортизаторов имеются в производственной линейке не для всех моделей автомобилей. Продиктовано это не просто нежеланием KYB безмерно расширять номенклатуру своих изделий, а здравым смыслом. Так, при установке на некоторые автомобили жестких однотрубных газомасляных амортизаторов возрастает нагрузка на другие элементы подвески, например сайлентблоки, втулки, шаровые опоры, стабилизаторы и т. д., что может сократить ресурс амортизаторов. Кроме того, установка слишком жесткого демпфера влияет и на управляемость автомобилем. Поэтому, я бы, прежде всего, рекомендовал приобретать амортизаторы, которые по своим характеристикам аналогичны или близки к оригинальным. Благо попасть в яблочко не сложно – KYB, являясь одним из крупнейших производителей амортизаторов, уже давно является официальным поставщиком на конвейеры таких японских автозаводов как: Toyota, Nissan, Mitsubishi, Mazda. Достаточно приличные объемы продукции идут и на европейские сборочные площадки. Нашими уважаемыми партнерами в Европе являются такие корпорации, как Peugeot, Citroen, Renault, Audi, BMW. По сути, выбирая амортизаторы KYB, вы получаете ориги-

нальные детали. Скажу больше – 70% амортизаторов, которые производит компания, поставляется в качестве оригинальных комплектующих на сборочные конвейеры.

– В России подъем малого и среднего бизнеса. Обязательно найдутся предприниматели – владельцы небольших автосервисов, которые прочтат данную статью, изыщут желание вступить в программу «KYB-сервис». Что для этого нужно?

А. Ш.: – Принцип привлечения новых участников проекта следующий: подбор сервисных станций делегирован официальным дистрибьюторам KYB. Второй канал – это непосредственное обращение в представительство: напрямую либо через корпоративный сайт. Одним из обязательных условий получения официального статуса является наличие у сотрудников предприятия фирменного сертификата KYB, подтверждающего обучение на бесплатном техническом семинаре KYB.

Среди основных требований к потенциальному участнику программы необходимо выделить следующие. Во-первых, направленность сервисных станций на обслуживание подвески. Шиномонтажные СТО, например, KYB не авторизует.

Во-вторых, количество постов. На сегодняшний день минимум 2 поста для работы с подвеской сервис должен иметь.

В-третьих, наличие спец. инструмента как для обслуживания подвески в целом, так и для установки амортизаторов. (!) Обязательно наличие стенда сход-развала, так как замена амортизаторов во многих случаях подразумевает последующее проведение операций сход-развала.

И последнее: наличие сертификата об участии минимум двух специалистов станции в техническом семинаре KYB.

Все эти требования, а также преимущества, которые получает СТО после авторизации, находятся в свободном доступе на нашем сайте www.kyb.ru.

Амортизаторы

FENOX:

новый этап развития



Сегодня компания Fenox Automotive Components по праву считается комплексным производителем автокомпонентов для автомобилей отечественного и импортного производства. Итогом многолетней работы с ведущими мировыми автопроизводителями в сфере производства запчастей стало развитие всего ассортимента автокомпонентов, востребованных на рынках Европы и стран СНГ. Одним из основных направлений деятельности отечественной компании стало производство компонентов системы подвески, а именно амортизаторов.

При производстве амортизаторов используются современные технологии и инновационные материалы, которые позволяют выпускать амортизаторы, улучшающие управляемость автомобилей на разных скоростях и обеспечивающие комфорт движения. Запатентованная система MDS (Multi Disc System), спроектированная на основе комбинации дисковых пружин, позволяющих изменять реакцию амортизатора в зависимости от скорости движения и

качества дорожного покрытия. Достижения компании Fenox в области производства амортизаторов не могли остаться незамеченными ведущими европейскими производителями амортизационных жидкостей, в частности, таким, как Castrol.

В 2011 году, после нескольких лет успешного сотрудничества, отношения между компаниями FENOX и Castrol вышли на качественно новый уровень, когда инженеры и технологи обеих компаний начали разработку нового продукта для амортизаторов легковых автомобилей. Результатом совместного проекта стало создание уникальной по своему составу амортизационной жидкости Castrol Aero HF 585B.

Амортизаторы с жидкостью Castrol Aero HF 585B производятся для отечественных и импортных автомобилей: ВАЗ 2123, 2110-2112, 1117-1119, 2170, Daewoo Lanos, Nexia, Matiz, Hyundai Accent, Renault Logan, Kia Magentis.

Castrol Aero HF 585B разрабатывалась с учетом всех индивидуальных особенностей



амортизаторов FENOX. Использование гидравлической жидкости пониженной вязкости Castrol Aero HF 585B позволяет амортизаторам FENOX выдерживать экстремальные переменные температурные режимы, сохраняя стабильные рабочие характеристики. Исследования в лаборатории подтверждают, что отклонение параметров демпфирования амортизаторов FENOX в температурном режиме от -43°C до $+65^{\circ}\text{C}$ не превышает 7% (отклонение до 40% у производителей использующих альтернативную жидкость). А благодаря инновационной технологии Castrol Stability System, гарантирующей стабильный индекс вязкости и включающей ингибиторы коррозии и присадки, препятствующие износу, ресурс амортизаторов FENOX увеличен на 14%.

Амортизаторы FENOX с запатентованной системой дисковых пружин MultiDisc System уже зарекомендовали себя как качественный продукт. Лидиру-

ющие позиции в производстве амортизаторов компания FENOX подтвердила 2-мя престижными наградами: в 2011 году амортизаторы FENOX были выбраны лучшими в номинации «Амортизатор года для отечественных автомобилей», а компания Fenox Automotive Components получила главный приз – гран-при «Бренд года 2011». Использование такого высококачественного продукта в купе с инновационной амортизационной жидкостью Castrol позволяет значительно улучшить эксплуатационные характеристики деталей системы подвески.

«Это очень важное событие, как для наших компаний, так и для автовладельцев. Объединение инновационных технологий Castrol и качества продукции FENOX позволили нашим компаниям расширить рынок сбыта и предоставили автовладельцам новый продукт с превосходными эксплуатационными характеристиками», – отметил директор по маркетингу и сбыту Юрий Ключенков.

Fenox.com



Для зимы и лета Морозам вопреки

Амортизатору, как и двигателю, коробке передач, ведущему мосту автомобиля зимой, особенно в сильные морозы, для нормальной работы требуется прогрев. Именно поэтому производители машин, чтобы снизить нагрузку на детали подвески, рекомендуют несколько первых километров пути двигаться плавно, аккуратно. А что делать, если время не ждет?

Денис Миронов

Увы, но жизнь диктует нам свои условия игры и часто обстоятельства вынуждают нас, как говорится, закрыть глаза на рекомендации и действовать по обстоятельствам. Вышел, пустил мотор, поехал... Главное успеть на самолет, поезд, совещание, а там разберемся... Кстати, владельцы автомобилей, оснащенных предпусковыми подогревателями двигателей или системами дистанционного пуска мотора, сев в прогретую машину сразу дают по газам, забывая, что амортизаторы не прогреты и «дубовая» подвеска автомобиля не может эффективно работать. Этим также часто грешат владельцы современных автомобилей, оснащенных системами курсовой устойчивости и антиблокировочной системой тормозов, часто игнорируют ре-

комендации прогрева амортизаторов и сразу начинают движение с большой скоростью, полагаясь на современные системы безопасности. Так вот это – крайне опасное заблуждение. Амортизатор есть элемент подвески, от эффективности работы которого в большой степени зависит контакт шины с дорогой. Именно он обеспечивает равномерное качество колеса по поверхности с различным рельефом и не дает ему подпрыгивать на кочках. А теперь представим, что амортизаторы автомобиля не прогрелись и недостаточно эффективно гасят колебания подвески. В этом случае колеса не будут полноценно контактировать с дорогой и при интенсивном торможении, при котором включается антиблокировочная система тормозов (ABS), на обледенелой дороге тормозной путь может увеличиться на несколько метров. Мало того,

плохой контакт шины с дорогой ухудшает и управляемость автомобилем. А значит, водитель может не успеть отвернуть от препятствия.

Учитывая данные обстоятельства, а также суровые зимы, которые в России не редкость, немецкая компания alca разработала амортизаторы с нижним пределом рабочей температуры (вы только подумайте!) -50°C. По сути, с такой температурной характеристикой при морозах -25°C, которые держались на территории центральной части России и, в частности, в Москве, о прогреве подвески, в которой стоят зимние амортизаторы alca, можно вовсе не заботиться. Машина, всегда готовая «к бою», есть хороший рабочий инструмент. Недаром к новинке уже проявили интерес не только рядовые автолюбители, для которых время – деньги, но и таксисты, для которых каждый клиент на вес золота, а машина – кормилец.

Первый вопрос, который возникает у любого разбирающегося в технике автолюбителя, а таких у нас в России большинство, – каким же образом немцы добились того, что их амортизаторы не требуют прогрева для выхода на свои рабочие характеристики? Ответ: применением гидравлической жидкости, обладающей высокой текучестью при низких температурах, уплотнений, изготовленных из композитных материалов, а также клапанов особой конструкции, через которые дросселируется масло. Несмотря на то, что каждый из этих элементов, разрабатывался отдель-

но, эффект достигается только их совместным применением. То есть, невозможно добиться работоспособности амортизатора при низкой температуре, если вместо синтетической, обладающей высокой текучестью, гидравлической жидкости в него будет залито масло с иными характеристиками. Это же касается и клапанов, отверстия которых рассчитаны на дросселирование жидкости строго определенной вязкости.

Иными словами, немцы создали уникальный, не похожий ни на один другой продукт. Не верите, тогда попробуйте найти амортизатор, температурный диапазон работы которого составлял бы от -50°C до +150°C! Кстати, столь высокий верхний температурный предел очень важен, так как при интенсивной работе амортизатора и, соответственно, его нагреве он сохраняет свои характеристики. А ведь, как известно, при закипании масла в нем, как и в любой жидкости, образуются пузырьки воздуха, что приводит к резкому снижению эффективности демпфирования.

Поскольку данные амортизаторы отличаются от стандартных широким температурным диапазоном, то возникает резонный вопрос – а не отразилось ли это на их ресурсе? На что может ориентироваться автолюбитель, приобретающий уникальную продукцию компании alca? На все, производимые фирмой амортизаторы, предназначенные для установки на серийные легковые автомобили, распространяется гарантия – до двух лет без ограничения пробега. Задумайтесь, как это много, при том, что это честные цифры, учитывающие непростые российские условия эксплуатации, разительно отличающиеся от европейских, американских или японских. Компания alca не дает пустых обещаний, считая, что гарантию нужно не просто предоставлять, а выполнять данные обязательства. Кстати, указанные высокие цифры по гарантированной наработке технически аргументированы. Расчет основан как на передовых технологиях, так и инновационных материалах, применяемых при изготовлении амортизаторов.

Однако не стоит забывать, что ресурс даже самого современного агрегата может сократить его неправильный монтаж. Это только кажется, что для того, чтобы грамотно установить на автомобиль амортизатор, необходимо просто прикрутить его на место старого. Все гораздо сложнее. Судите сами – амортизатор является элементом подвески, которая состоит из множества деталей, особенно если рассматривать многорычажные конструкции ходовой части полноприводных автомобилей, и если он будет установлен с ошибками, то это приведет к возникновению отклонений в работе подвески. Да что там говорить, часто механики забывают банально «прокачать» аммо (двухтрубные масляные амортизаторы) или окончательно затягивают крепеж, не опустив машину с подъемника. Грамотный механик всегда «промнет» подвеску, прежде чем динамометрическим ключом, выставленным на строго определенный момент затяжки(!),

затянет крепежные гайки и болты. Не стоит забывать и то, что ресурс амортизатора зависит и от технического состояния других элементов подвески автомобиля. При стучащих шаровых опорах, рулевых наконечниках, опорных подшипниках стоек и «потекших» сайлентблоках ни один, даже самый современный амортизатор, не будет полноценно справляться со своими обязанностями и тем более не отработает заложенный в него ресурс. ■

Говорить о свойствах новинки можно бесконечно долго, но, как говорится, лучше один раз попробовать, чем сто раз прочитать, услышать, увидеть. Сегодня установить на свои автомобили «зимние» амортизаторы alca могут владельцы большинства моделей немецких автомобилей Mercedes-Benz, VW, Audi, BMW. Существуют модели и для автомобилей российского производства (сборки). Не забыты и японки, которые преобладают в Сибири, за Уралом. В этих регионах зимы традиционно суровые, поэтому обладателям таких популярных автомобилей как Toyota Corolla, Toyota RAV-4 и некоторым другим стоит попробовать современные немецкие технологии в действии.

Полный список автомобилей, для которых в линейке продукции alca есть амортизаторы, можно найти на сайте www.miralca.ru. Там же указаны и точки продаж, где их можно приобрести.



Немецкое качество для России

Новая линейка амортизаторов alca® работает в диапазоне температур до -50°С

НОВИНКА



Гарантия до 2-х лет без ограничения пробега

Henschen TT Эксклюзивный импортер в России
Тел.: +7 (495) 649-82-46; +7 (812) 252-17-86
+7 (812) 320-26-57 (многоканальный)



www.alcamobil.de www.miralca.ru

Так все-таки комфорт или

безопасность:

что мы приобретаем, покупая амортизаторы?

Большинство автолюбителей рано или поздно, так или иначе сталкиваются с проблемой замены амортизаторов на новые. Причины замены могут быть разные: как элементарный износ старых амортизаторов, так и желание сделать машину лучше, чем она была до приобретения.

Исходя из причин, а также из наличия средств, происходит дальнейший выбор необходимой торговой марки. И здесь перед автолюбителем появляется такой выбор брендов, что потеряться достаточно легко.

Очень часто поняв, что определиться в выборе среди многочисленных предложений он уже не может, автовладелец идет простым путем, устанавливая «штатные» амортизаторы, даже не задумываясь в чем их минусы или плюсы и почему именно они устанавливаются на конвейере.

Или же наоборот, ориентируясь на то, что «самое дорогое, оно и есть самое лучшее», пускается «во все тяжкие» и устанавливает, не спорю, хорошие, но дорогие регулируемые амортизаторы, настройки которых даже не думает пользоваться под себя, доверяясь тому, как установили эти амортизаторы на СТО. А кто их и как устанавливает?

Заходя на сайты во всеобщей паутине, как правило, автовладелец путается еще больше, поскольку на него вываливается такой шквал информации, что появляется только одно желание: установить «штатники» и забыть все как страшный сон.



Давайте попробуем немножко разобраться с тем, что же представлено на рынке амортизаторов. И собственно говоря, как сделать выбор в пользу той или иной марки?

Для начала небольшой экскурс в механику. Устройство амортизатора я, уж увольте, расписывать не буду, на эту тему есть очень много умных и много очень умных статей. Акцентируюсь лишь на кратком описании видов амортизаторов, поскольку это нам в дальнейшем пригодится. Итак, по конструкции амортизаторы можно разделить на несколько основных типов. По архитектуре их делят на одно- и двухтрубные. По наполнению: жидкостные (гидравлические) и газовые (с гидравлическим газовым подпором). Зачем нам это нужно? А здесь лежит, прежде всего, ответ на вопрос, что же мы хотим получить от устанавливаемого нами амортизатора: комфорт или безопасность?

Если ваш ответ: «и то, и другое», то ваш амортизатор – амортиза-

тор с регулируемыми настройками и с ценником от 10000 до 30000 рублей и выше за 1 шт.

В более низком ценовом сегменте, будем смотреть правде в глаза и перестанем верить рекламе, к сожалению: или то, или другое. Рассмотрим подробнее.

«Комфорт» – это качество даруется нам, прежде всего, двухтрубными гидравлическими (они же масляные) амортизаторами. Даруется оно за счет системы двойных клапанов и за счет низкого давления газа (или отсутствия оно). Причем эти амортизаторы нам дают еще и дополнительный бонус. Это самый низкий ценовой сегмент. И соответственно самые дешевые амортизаторы. Нет, есть, конечно, в этом сегменте и дорогие амортизаторы. Они, как правило, импортного производства, и высокий уровень цен здесь достигается либо известностью торговой марки, либо дорогими (вполне возможно, что более качественными) комплектующими. Ну и не забываем про ввозные

пошлины и затраты на доставку. Посмотрим, какие марки и по каким ценам дарят нам «ходовой комфорт», например на ВАЗ 2108:

Отечественные производители (РФ и СНГ): а это, прежде всего, СААЗ (Скопинский Автоагрегатный Завод), Fenox (Беларусь, Минск) и ГЗАА (Гродненский Завод Автомобильных Агрегатов, Беларусь). У них примерно одинаковый ценник: 600–800 руб. за амортизатор.

Импорт: здесь диапазон цен более широкий: 900–1100 руб. от FinWhale (Германия), 1400–1700 руб. от Kayaba (Япония) и Sachs (Германия). Также из наиболее популярных, это Bilstein (Германия, но «двухтрубники» производятся в Румынии) за 1200–1300 руб. и Монгое (Бельгия), правда в РФ Монгое двухтрубные гидравлические амортизаторы не поставляют.

Итак, приобретая двухтрубный гидропневматический амортизатор, мы вместе с ним приобрели «комфорт» и эконо-

номили денег. А теперь рассмотрим, на чем мы сэкономили.

Как выяснилось, на безопасности, причем как для машины, так и для себя. Есть у «двухтрубников» одна милая особенность – при интенсивных нагрузках работать они перестают. То есть совсем. И это конструктивная его особенность, следовательно, от марки или производителя она не зависит. Купите ли вы амортизатор за 600 или за 2000 рублей – ну не будет он работать, «нежный» он у нас. Причина в том, что при резком перемещении поршня на обратной стороне клапана создается разрежение и могут образовываться кавитационные пузырьки. При подобной постоянной работе амортизатор «вскипает» и демпфирование исчезает. То есть, амортизатора у вас нет, пока внутри него все не нормализуется. Можно, конечно, после ряда кочек постоять – подождать...

Итак, на гладкой ровной и прямой (относительно конечно) дороге вы будете чувствовать себя прекрасно, вам будет комфортно... Единично встречающиеся кочки он тоже прекрасно отработает, даже не почувствуете... Наверное. Только найдите мне такие дороги на широких просторах матушки России. МКАД подойдет. КАД питерский тоже, наверное, подойдет. Даже, может быть, автомагистрали основные подойдут. Вы только по таким дорогам катайтесь?

Так как данная особенность «двухтрубника» производителям в отличие от большинства потребителей известна, был проведен ряд мероприятий по усовершенствованию конструкции, а именно: в двухтрубный амортизатор в полость, где обычно присутствует воздух, закачен газ под небольшим давлением. Таким образом, частично снижена вероятность пробоев амортизатора за счет снижения комфорта. Эдакое «ни рыба, ни мясо», или «чуть-чуть рыба, чуть-чуть мясо». То есть ездить вам будет чуть жестче, амортизатор при интенсивной езде будет отрабатывать чуть лучше и стоять это будет чуть дороже. А именно (опять же для ВАЗ 2108):

Отечественные производители (РФ и СНГ) – СААЗ, ГЗАА, Fenox: 800–900 руб.

Импорт – Kayaba: 1700–2500 руб., FinWhale: 1200–1500 руб., Sachs: 1600–2000 руб., Bilstein: 1300–1500 руб., Monroe: 1600–2100 руб.

Итак, усреднение показателей для работы амортизатора будет в среднем стоить на 15–30% дороже по разным производителям или на 200–500 рублей за штуку. Стоит ли оно этой переплаты – вопрос спорный, потому что по факту мы все равно имеем все тот же двухтрубный амортизатор, правда менее комфортный, но все еще не такой уж и безопасный.



И, наконец, третий вариант амортизатора – однотрубный газовый.

Именно этот вид амортизатора выбирают, как правило, водители, предпочитающий активное вождение и представители автоспорта. Причины очень прозрачны: он лучше держит дорогу, он быстрее и точнее отрабатывает все неровности этой дороги, благодаря ему машина лучше входит в повороты, поскольку повышается качество сцепления колес с дорогой и т.д. И самое главное: при активной езде по неровным дорогам, а их, как бы ни старались все отвечающие за улучшение качества дорог инстанции, у нас очень много, они продолжают работать. И хорошо «сглаживают» все неровности этих самых волшебных российских дорог во благо и автомобиля, и автовладельца. Автомобиля, поскольку его подвеска остается живой и работоспособной, а автовладельца – экономя его сбережения по ремонту этого самого автомобиля. Но за это, как и за все в этой жизни тоже нужно платить, причем как вложением денег, так и отказом от «мягкости». Благодаря газу, вкаченному в «однотрубник» под гораздо большим давлением, нежели в двухтрубный газовый амортизатор, подвеска автомобиля становится жестче. Кстати, привыкнуть к этому можно легко, особенно оценив всю прелесть улучшения управляемости автомобиля. Но, мы, привыкшие ездить либо на дешевых конвейерных («штатных») амортизаторах или же на пружинах,

когда эти самые амортизаторы уже умерли, мы ужасаемся жесткости и некомфортности «однотрубника»! Как можно оценить, что автомобиль стал более управляемым, более послушным, да еще и экономящим деньги на ремонте подвески, когда мне жестко?! Да, мы хотим комфорта, это нормальное желание большинства людей. И улучшения характеристик автомобиля мы тоже хотим. Но так как мы не хотим за замену 4 амортизаторов платить более 10000 рублей, то мы начинаем выбирать из имеющихся бюджетных вариантов. Кстати, о цене на «однотрубник»:

Отечественные производители (РФ и СНГ):

Плаза (Санкт-Петербург): 1300–1500 руб.

Импорт: Kayaba: 1700–2500 руб., Sachs: 1800–2500 руб., Bilstein: 3000–4000 руб., Monroe: 1700–2500 руб.

Таким образом, цена на «однотрубник», в среднем, в той же ценовой группе, что и двухтрубный газовый, за исключением разве что ТМ Bilstein среди импортных производителей и ТМ «Плаза» среди отечественных. Хотя их уровень цен в принципе понятен, поскольку это единственные заводы (соответственно Bilstein в Европе, а Плаза в РФ), специализирующиеся на выпуске именно однотрубных амортизаторов.

В заключение статьи хочу отметить, что выбор амортизатора для вашего автомобиля, в принципе, как и любой другой выбор всегда за вами. Главное, чтобы он был удачным и осознанным.



Как выбрать амортизатор: советы профессионалов



Каждый автолюбитель знает, что именно от амортизаторов зависит не только комфортабельность автомобиля, но и его устойчивость на дороге и безопасность. Поэтому к качеству этой детали предъявляются особенные требования. Давайте разберемся, какими характеристиками должен обладать хороший амортизатор и на что обращать внимание при покупке.

Во-первых, на материалы и качество производства. Амортизаторы FINWHALE® производятся из высококачественных материалов в Европе, при этом и все этапы производства, и материалы сертифицированы по стандарту ISO 9001/TS16949. При создании амортизаторов FINWHALE® используется рабочая жидкость с улучшенными температурными свойствами, которая позволяет сохранить комфорт движения в автомобиле, как в условиях холодной зимы, так и в условиях длительных поездок жарким летом.

Во-вторых, на конструкцию детали. Все амортизаторы марки FINWHALE® отличаются продуманной современной конструкцией: они двухтрубные, а линейки марки отличаются друг от друга наличием газового подпора и устройством клапанного узла.

Однако вопросы по правильному выбору все равно остаются: что важнее – комфорт пассажиров или улучшенная управляемость автомобиля? Как найти золотую середину? Это не сложно, если ориентироваться на свой стиль вождения.



«В замене амортизаторов нуждается каждый четвертый автомобиль», - считают профессионалы. И это не удивительно, особенно, если вспомнить о легендарном «качестве» большинства российских дорог. О том, как выбрать правильный комплект амортизаторов рассказывают эксперты немецкого бренда FINWHALE®.

Спортивный амортизатор

Предпочитаете активный, а может и агрессивный стиль вождения с множеством перестроений? Или просто ставите во главу угла именно управляемость автомобиля? Тогда вам подойдет линейка гидравлических амортизаторов с газовым подпором низкого давления FINWHALE® DYNAMIC.

Эти амортизаторы отличает увеличенное сопротивление к колебаниям высокой частоты и малой амплитуды, которое достигается за счет того, что

газовый подпор предотвращает вспенивание масла. Такая конструкция позволяет улучшить сцепление колес с дорогой и уменьшить крены автомобиля при перестроениях, что особенно важно при езде по шоссе.

Универсальный амортизатор

Вы уверенный водитель, нелюбящий компромисс между размерной ездой и скоростью? Вы часто ездите по городу и бездорожью? Тогда вам подойдут гидравлические амортизаторы с клапанами двойного действия

FINWHALE® EMOTION. Продуманная конструкция этих амортизаторов не только обеспечит комфортное движение Вашего автомобиля по шоссе, но и, за счет повышенного сопротивления амортизаторов при приближении к предельным положениям, практически исключит случаи срабатывания подвески до буферов отбоя на бездорожье. А разнообразие внутри линейки позволит подобрать модель с необходимыми именно для вашего авто характеристиками сопротивления в средних (рабочих) и крайних (предельных) положениях штоков.

Комфортный амортизатор

Считаете, что лучшие амортизаторы – это те, которые максимально приближены к рекомендациям заводов-производителей автомобилей? Тогда вам подойдут гидравлические амортизаторы без газового подпора линейки FINWHALE® BASIC, создающие комфорт и уверенность в движении.

И какой бы амортизатор FINWHALE® вы не выбрали, вы всегда можете быть уверены в его качестве. На производстве каждый амортизатор FINWHALE® проходит 100% контроль качества по герметичности и контрольному усилию сжатия и отбоя. И это дает возможность производителю гарантировать безотказную работу на протяжении всего расчетного срока службы – 70 000 км пробега. Выбирайте амортизаторы FINWHALE® и будьте уверены, что активная безопасность автомобиля у вас под контролем.

В этом году торговая марка «555» THREE FIVE отметит свое 50-летие. Правда основана она была, как филиал Gohsyu Forge Co.,Ltd, в сентябре 1960 года и называлась Gohsyu Seiki Co., Ltd, но именно под маркой «555» THREE FIVE продукция стала продаваться в октябре 1962 г., а уже через год вся корпорация называлась Sankey Industry Co.,Ltd.

В 1972 году качество продукции под данной торговой маркой было подтверждено Организацией проверки качества Японии, а в следующем году Ассоциация Автомобильных комплектующих Японии признает высочайший уровень качества продукции.

Дальнейшая история компании – увеличение и расширение производства: в марте 1982 года открывается второй завод механической обработки, в сентябре 1985 года новый сборочный



завод, который был значительно модернизирован уже к январю 1989 года. В ноябре 1995 года начинает работу собственный завод по изготовлению оборудования для производства. В 1999 году компания полностью перестраивает свой первый завод, получив в Японии сертификат стандарта ISO 9001. И по сегодняшний день компания продолжает развиваться, модернизируя свое производство в соответствии с современными требованиями.

В настоящее время под торговой маркой «555» THREE FIVE производятся детали подвески и рулевого управления только в Японии. Это «неоригинальные» компоненты для практически всех выпускаемых и снятых с производства автомобилей: легковых, внедорожников, микрогрузовиков и микроавтобусов. Качеству деталей подвески «555» THREE FIVE давно доверяют многие автовладельцы по всему миру. В последнее время корпорация Sankey Industry особое внимание уделяет российскому рынку. Специальные ценовые условия делают продукцию доступной для широкого круга покупателей и конкурентоспособной наряду с корейскими и тайваньскими производителями при неизменно лучшем качестве и ассортименте. Sankey Industry Co.,Ltd разрабатывает и производит до 100 новых позиций ежегодно.



АМОРТИЗАТОРЫ



Официальный дистрибьютор
в России

ООО «ВИСТА»

8-(495)-380-32-15

8-(985)-766-02-70

WWW.KONI.RU

WWW.VRC.RU

CLASSIC CLASSIC



HEAVY TRACK



RAID RAID



НЕИЗМЕННАЯ НАДЕЖНОСТЬ

COIL-OVER OVER



SPORT KIT



SPORT



ОТМЕННАЯ УПРАВЛЯЕМОСТЬ

FSD



STR.T



SPECIAL



НЕПРЕВЗОЙДЁННЫЙ КОМФОРТ

ФАС ПРОТИВ...

Федеральная антимонопольная служба России (ФАС) может возбудить дела о нарушении антимонопольного законодательства против российских дистрибьюторов и дилеров целого ряда зарубежных компаний-автопроизводителей. По информации с официального сайта речь идет о российских представительствах марок Skoda, Hyundai, KIA, Jaguar, Land Rover, Ford.

Судя по тексту официального сообщения российского антимонопольного ведомства, службу не устраивает сложившаяся на нашем рынке практика взаимоотношений автомобильных дистрибьюторов с дилерскими и сервисными центрами. В частности, ФАС утверждает, что многие дистрибьюторы «не устанавливают ясных требований и правил по отбору контрагентов (дилеров)», искусственно ограничивают срок действия дилерских соглашений, обязывают своих партнеров совмещать функции продажи автомобилей и их сервисного обслуживания, по мнению антимонопольщиков это «затрудняет вход на рынок действующих независимых сервисных центров».

Кроме того, дистрибьюторы, по наблюдению ФАС, создают дискриминационные условия определенным дилерам внутри одной дилерской сети при поставке новых автомобилей и запчастей, запрещают авторизованным сервисным центрам осуществлять ремонт автомобилей конкурирующих марок, необоснованно отказывают в поставках оригинальных запчастей независимым сервисным центрам, поставляет специальное оборудование только авторизованным сервисам, устанавливают дилерам розничные цены на оригинальные запчасти и аксессуары.

Как отмечается в сообщении ФАС, «в результате применения таких практик создается непрозрачная и нездоровая деловая среда, ущемляются интересы хозяйствующих субъектов, действующих на рынках продаж и сервисного обслуживания автомобилей, ограничивается конкуренция». Вследствие чего, по мнению специалистов ведомства, значительно завышается стоимость запасных частей и сервисного обслуживания, а также снижается качество услуг. А в регионах с высоким спросом на новые ав-

томобили, по данным ФАС, наблюдается также «дефицит на рынке сервисного обслуживания».

В ближайшее время Федеральная антимонопольная служба РФ собирается провести совещание с представителями компаний, которым грозит возбуждение дел. В ведомстве рассчитывают, что участники рынка добровольно устранят выявленные нарушения, а также установят новые отраслевые правила, направленные на развитие конкуренции. Кроме того, ФАС просит дистрибьюторов публиковать сообщения об отказе претендентам на дилерство или о расторжении дилерского соглашения на своих сайтах.

«Претензии ФАС затормозят развитие автодилерских сетей в России», — об этом заявил на совещании в Федеральной антимонопольной службе РФ президент ассоциации «Российские автодилеры» (РОАД) Андрей Петренко. По его мнению, в связи с инициативами ФАС дилеры сократят инвестиции в развитие бизнеса, что рано или поздно приведет к остановке развития дилерских сетей в России, при этом возникнут очереди на автомобили и, соответственно, сокращение налоговых поступлений. При этом президент РОАД назвал цифру 3% от оборота дилеров, что с учетом объема рынка новых автомобилей в России достаточно много. В 2011 году этот объем в денежном эквиваленте составил 60 млрд. долларов США.

2 марта в Российском агентстве международной информации пройдет круглый стол на тему: «Ключевые вопросы антимонопольного регулирования в автомобильном бизнесе», организованный юридической группой «Яковлев и партнеры» и РАПСИ.

В ходе мероприятия будут обсуждены следующие вопросы:

- злоупотребления доминирующим положением на рынке автомобильного бизнеса;
- проблемы квалификации и доказывания согласованных действий и соглашений между участниками автомобильного рынка;
- привлечение к ответственности в связи с принятием «3-го антимонопольного» пакета;
- последствия реализации инициатив ФАС для участников автомобильного рынка;
- правовая защита участников автомобильного рынка.

На круглом столе также будут обсуждаться предложения ФАС России, опубликованные 27 февраля 2012 г. по установлению новых отраслевых правил.

Участники:

— начальник Управления контроля промышленности и оборонного комплекса

ФАС РФ Максим ОВЧИННИКОВ;

— начальник Управления контроля социальной сферы и торговли ФАС РФ

Тимофей НИЖЕГОРОДЦЕВ;

— президент ассоциации РОАД Андрей ПЕТРЕНКО;

— вице-президент РОАД, ГК Модус Алексей ЛЕЩЕНКО;

— вице-президент РОАД, ГК Бизнес Кар Илья ПИМЕНОВ;

— адвокат, партнер, юридическая группа «Яковлев и партнеры» Игорь ДУБОВ;

— руководитель антимонопольной практики, юридическая группа «Яковлев и Партнеры» Екатерина ЛЕОНЕНКОВА.

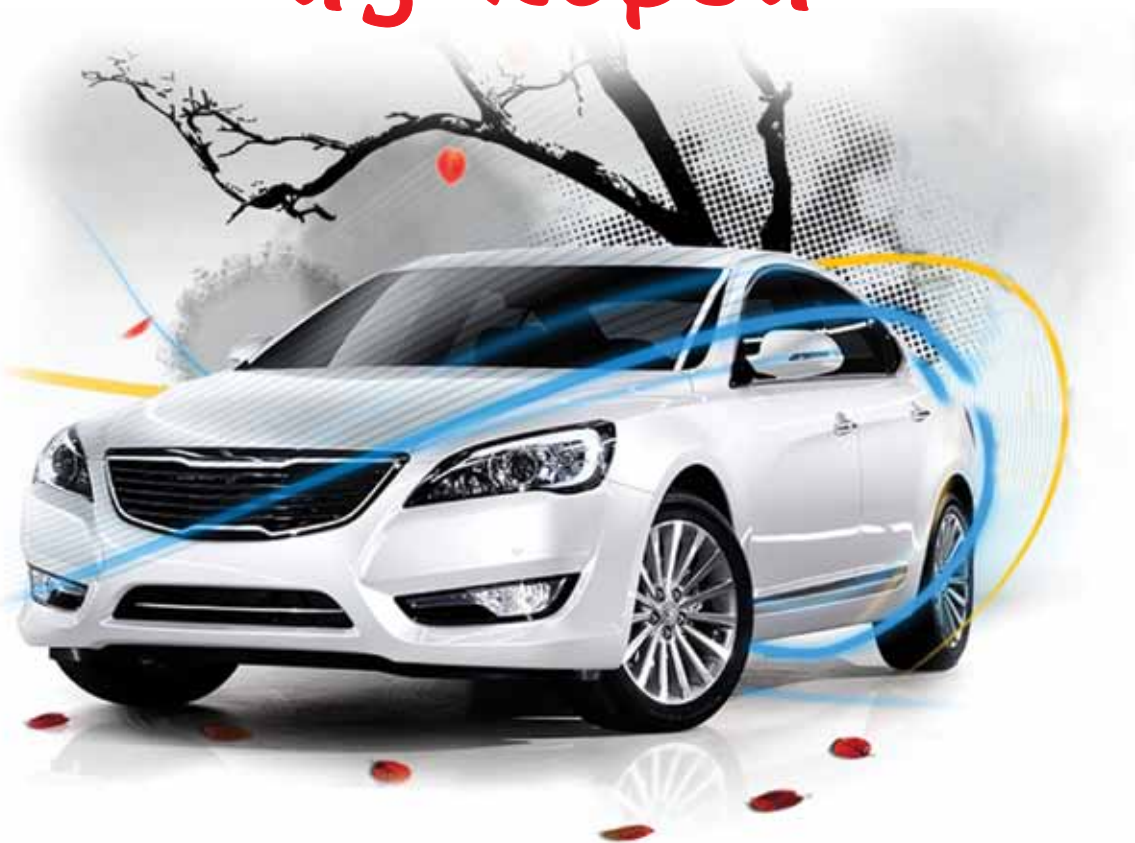
Информацию об этом мероприятии и дальнейшем развитии событий мы разместим на нашем сайте и в следующем номере.





Quality
determines
the choice

Автозапчасти из Кореи



Успех начинается
с качества...



www.amd-parts.com

Заднее стекло автомобиля – сенсорный экран



Концерн General Motors вместе с группой студентов израильской Академии искусств и дизайна «Беца-лель» ведут разработку технологии, позволяющей превратить заднее стекло автомобиля в подобие цветного сенсорного экрана с поддержкой функции «Multitouch».

В ходе реализации этого проекта, получившего название Windows of Opportunity (WOO) и не имеющего ограничения по бюджету, уже создан один полностью рабочий образец интерактивного автомобильного

стекла. На него выводятся различные изображения, контролируемые с помощью жестов, которые опознаются специальными датчиками движения и оптическими сенсорами, выпускаемыми израильской компанией EyeClick.

По заявлению специалистов концерна GM, в случае серийного запуска подобной технологии для WOO планируется использоваться специальные стекла, светопропускаемость и прозрачность которых будет меняться под воздействием электричества. В настоящее время подобные стекла уже используются в крышах автомобилей Mercedes-Benz SLK нового поколения и лимузинах Maybach.

Известно, что на данный момент для системы WOO уже разработано четыре приложения. Первое из них (Otto) – выведет на экран анимационный персо-

наж, реагирующий на движение автомобиля, а также на погоду и пейзаж за окном. По мнению разработчиков, «Otto» развлечет детей в дальней поездке и позволит им больше узнать об окружающем мире в игровой манере.

С помощью еще одного приложения под названием Spindow можно открыть виртуальный глобус и вывести на экран изображение, кото-

рое видят из своих окон пассажиры других автомобилей, оборудованных WOO. Программа Foofu позволяет рисовать на стеклах, а Pond – слушать и делиться музыкой с пассажирами других машин, а также писать на стекле различные сообщения.

В GM заявляют, что в ближайшее время серийные автомобили оснащаться подобной технологией не будут.



Новые термостаты от компании Gates



В ассортименте термостатов от компании Gates появилось 15 новых наименований. На сегодняшний день это самый широкий ассортимент, представленный на рынке, который охватывает 93% всего автопарка Европы. Термостаты Gates имеют оригинальную конструкцию с применением самоочищающегося и саморегулирующегося клапана, что обеспечивает точность установки и предотвращает утечки. 15 новых позиций ассортимента предназначены для наиболее

современных моделей BMW 1-й и 3-й серий, Fiat Punto, Ford Mondeo, Mazda 5, Opel Astra и Volvo S40.

Новейшей разработкой в ассортименте Gates являются термостаты с электронным управлением. Восковой элемент этих высокотехнологичных термостатов оснащен встроенным нагревательным резистором, степень нагрева которого регулируется системой управления двигателем. Эта новая технология обеспечивает более точные ха-

рактеристики прогрева двигателя и непрерывную подстройку температуры охлаждающей жидкости в зависимости от текущих условий движения автомобиля. В результате снижается потребление топлива, сокращаются вредные выбросы, уменьшается износ и продлевается срок службы двигателя с исключительно широким охватом парка автомобилей при небольших складских запасах.

Запасы на складе могут быть снижены за счет того, что термостаты Gates содержат разнообразные уплотнения и прокладки, а это позволяет использовать одну модель термостата для широкого ряда автомобильных двигателей. Например, термостат TH00188G1 допускает свыше 1035 вариантов применения, включая автомобили Peugeot 106, Skoda Octavia, Citroën Saxo, Volkswagen Golf, Audi A4 и Renault Clio. Кроме того, некоторые прокладки от Gates имеют клейкую основу, что позволяет отказаться от применения прокладочного клея и наполовину сокращает время на монтаж. Наряду с термостатами компания Gates поставляет обширный ассортимент патрубков для систем охлаждения, переходников для патрубков отопителя, а также крышек для радиаторов и расширительных бачков.

Дополнительную информацию по размерам и применению можно найти в интерактивном каталоге продукции компании Gates: www.gatesautocat.com



современные технологии для оптимальной работы

ВАУТЛЕР®

ДЕТАЛИ ВАШЕГО АВТОМОБИЛЯ



НАШИ ДИСТРИБЬЮТОРЫ:

г. Москва

ООО «ТД Вармус»
Тел./факс: (499)160-58-56, 418-00-94
e-mail: varmus@varmus.ru
ООО «ПАСКЕР ЛТД»
Тел./факс: (495) 961-33-88
(многоканальный)
www.pasker.ru
e-mail: sale@pasker.ru, trade@pasker.ru
ООО «РОТОР»
Тел.: (495)925-72-13
e-mail: knevzorov@gmail.com

г. Воронеж

ООО «Авто ПАСКЕР 36»
Тел./факс: (4732) 39-41-70(74) т. 39-44-76
www.pasker36.ru
e-mail: kea@pasker36.ru
ООО «Троя»
Тел./факс: (4732) 47-24-86, 56-79-82
www.troyavoronezh.ru
e-mail: troya06@inbox.ru

г. Краснодар

ООО «Компания «Подшипник Юг»
Тел./факс: (861) 231-26-61, 231-26-62
www.podshipnikug.ru
e-mail: podshipnikug@list.ru

г. Нижний Новгород

ООО «Авто ПАСКЕР 52»
Тел./факс: (831) 462-87-62, 463-97-56
www.pasker52.ru
e-mail: manager@pasker52.ru

г. Ростов-на-Дону

ООО «Компания «Подшипник Юг»
Тел./факс: (863) 206-15-05, 206-15-06
www.podshipnikug.ru
e-mail: podshipnikug@aaanet.ru

г. Новосибирск

ООО «РегионАвтоДеталь»
Тел/факс: (383) 200-08-80, 260-74-55
e-mail: regionauto@mail.ru, agatauto@mail.ru

г. Уфа

ООО «ТД АГИДЕЛЬ-АВТО» (ОПТ)
Тел./факс: (347) 240-02-11, 260-55-99,
240-02-00, 260-72-67, 260-55-99,
291-21-01, 291-21-02
www.agdl.ru

г. Березовский, Свердловская обл.

ИП Лопаяев А.В. «Планета Авто»
Тел./факс: (343) 345-08-80, 694-40-40,
694-50-50, 694-00-05
www.planetavto.ru
e-mail: info@planetavto.ru

107150, Москва, ул. 4-я Гражданская, 33/1
тел./факс: (499)169-30-50, 169-30-41
www.bautler.ru e-mail: bautler@bautler.ru

ПРИГЛАШАЕМ К СОТРУДНИЧЕСТВУ РЕГИОНАЛЬНЫХ ДИЛЕРОВ



Проще, дешевле, лучше?!

Понятие «модульная» чаще всего подразумевает универсальность, простоту и, конечно же, относительную дешевизну любой конструкции. Модульные дома, модульные электронные приборы. Концерн Volkswagen готов уже в этом году начать выпуск своих автомобилей на универсальной модульной платформе, разработав под нее новые линейки двигателей.

На единой платформе

Хорошо известно, что чем больше классов авто предлагает производитель, тем больше платформ требуется для реализации таких проектов. На сегодняшний день едва ли кто-то предлагает автомобиль, например, среднего класса на платформе «гольф». Одна из проблем – компоновка двигателей и трансмиссий в моторном отсеке. Не секрет, что продольное или поперечное размещение силового агрегата, угол его наклона, расположение элементов

впуска-выпуска влияет на всю конструкцию кузова. Volkswagen попытался решить эту проблему, предложив универсальную модульную платформу с поперечным расположением двигателя (MQB). Она будет применяться в автомобилях нескольких марок концерна, в частности, Polo, Beetle, Golf, Jetta, Scirocco, Passat, Passat CC, Tiguan и Touran. Одновременно с платформой были предложены несколько вариантов бензиновых и дизельных двигателей, которые при некоторой

универсальности габаритов и конструкций обеспечат удовлетворение разнообразия потребительского спроса.

Их бин – EA211

В процессе изменения линейки бензиновых двигателей впервые была реализована универсальная схема «двигатель – коробка передач – фланцы», позволяющая устанавливать одинаковые коробки передач для двигателей любой мощности и с любым крутящим моментом. Она же лежит в основе само-

стоятельного модуля (МОВ) для бензиновых двигателей, костяк которого – новая моторная линейка EA211. Итак, давайте взглянем, что же это за новинки.

Семейство включает в себя как 3-цилиндровые, так и 4-цилиндровые агрегаты. Прежде всего, они отличаются новым монтажным положением. В известных бензиновых двигателях предыдущей серии EA111 выпускной коллектор находился спереди, и моторы устанавливались с наклоном вперед. В новых агрегатах головка блока цилиндров развернута на 180 градусов в соответствии с требованиями платформы MQB. Более того, эти бензиновые моторы будут устанавливаться с 12-градусным наклоном назад. Положительным следствием этого стала возможность унификации выпускного тракта, приводных валов и монтажного положения коробки передач.

Премьера линейки состоялась с выходом модели Volkswagen up!, разработанной, правда, не на платформе MQB. Под его капотом первенец 211-й серии – 3-цилиндровый MPI. Но уже готовы и 4-цилиндровые 16-клапанные наддувные двигатели TSI мощностью 63 кВт / 85 л.с. и 77 кВт / 105 л.с. объемом 1,2 л, а также 90 кВт / 122 л.с. и 103 кВт / 140 л.с. объемом 1,4 литра. Максимальный крутящий

момент 165 (175) Н•м у 1,2-литровых двигателей и 200 (250) Н•м у двигателей объемом 1,4 л достигается уже при 1 400 об/мин и сохраняется на этом уровне до 4 000 об/мин. В сочетании с модульной платформой MQB они устанавливают современные стандарты в отношении энергоэффективности. Ведь такие конструкции легче предшествующих и, соответственно, отдача от этих двигателей выше.

Чем легче, тем быстрее

Благодаря сверхтвёрдому алюминиевому литью новые бензиновые двигатели весят

всего 112 (1,2 TSI) и 114 (1,4 TSI) килограммов. Масса модели 1,4 TSI по сравнению с его аналогом из серии EA111 уменьшена на целых 22 килограмма. Для обеспечения максимальной компактности двигателя насос охлаждающей жидкости, компрессор климатической установки и генератор крепятся к двигателю на болтах без до-

полнительных кронштейнов и приводятся в действие зубчатым ремнем через натяжной ролик постоянного усилия.

Борьба за граммы коснулась и внутренних деталей: разработчики уменьшили диаметр подшипников коленчатого вала двигателя 1.4 TSI с 54 до 48 мм: он стал легче на 20 процентов, а шатуны на 25. С целью оптимизации масс в шатунных шейках высверлены отверстия, да и алюминиевые поршни (с плоским днищем) также облегчены. К тому же, благодаря снижению внутреннего трения элементов, уменьшению их масс и оптими-

«Количество вариантов двигателей и коробок передач уменьшится на 88 процентов, что приведет к естественному снижению расходов на проектирование и производство»

зации регулирования температуры, расход топлива двигателей семейства EA211 уменьшен на 8–10 процентов. Так, в конструкции с двумя расположенными сверху распредвалами привод осуществляется не с помощью цепи. В ней применен одноступенчатый зубчатый ремень шириной 20 мм с низким коэффициентом трения и про-



филем, позволяющим снизить нагрузку. При этом срок службы ремня не меньше срока службы автомобиля в целом.

Для дальнейшего снижения расхода топлива, уровня вредных выбросов и улучшения тягово-динамических характеристик в низком диапазоне оборотов, положение вала впускных клапанов всех двигателей семейства EA211 регулируется в пределах 50 градусов поворота коленчатого вала. В модели 1.4 TSI мощностью 103 кВт / 140 л.с. устанавливается также и регулятор положения распределительного вала выпускных клапанов. Он изменяет фазы газораспределения и таким образом улучшает эффективность двигателя во всем диапазоне оборотов: от низких до высоких. Но все эти новшества едва бы дали максимальный эффект без модернизации системы впрыска.

В предложенных моторах TSI давление впрыска увеличено до 200 бар, причем за один рабочий такт производится до трех отдельных впрысков. Каждая из форсунок снабжена пятью отверстиями, позволившими максимально эффективно наполнить топливной смесью камеру сгорания. При определении ее формы инженеры Volkswagen попытались уменьшить контакт топлива со стенками и оптимизировать воспламенение.



Экономия для малышей

Если данные меры направлены на улучшение разгонных характеристик моторов серии EA211, то технология активного управления цилиндрами – АСТ, направлена на экономию топлива. Ее суть в автоматическом отключении двух из четырех цилиндров. До сих пор в европейском, американском и японском автопроизводствах этот принцип использовался лишь на 6–12 цилиндровых агрегатах. Концерн Volkswagen стал первым в мире автопроизводителем, применившим эту технологию экономии топлива для 4-цилиндрового двигателя TSI.

Первой моделью с АСТ станет 1.4 TSI мощностью 103 кВт / 140 л.с. Отключение второго и третьего цилиндра при движении с низкой и средней нагрузкой снижает расход топлива по европейскому ездовому циклу примерно на 0,4 л/100 км. При постоянном движении со скоростью 50 км/ч на третьей или четвертой передаче экономия топлива достигает 1 литра на 100 км. И даже при движении со скоростью 70 км/ч на пятой передаче расход топлива снижается на 0,7 л/100 км. АСТ срабатывает при частотах вращения коленвала в пределах от 1 250 до 4 000 об/мин и крутя-

щем моменте от 25 до 100 Н•м. В европейском ездовом цикле такой диапазон охватывает почти 70 процентов всех режимов движения. При резком нажатии педали газа и необходимости активного ускорения второй и третий цилиндры автоматически подключаются.

Приведенные алгоритмы функционирования не сказываются на плавности работы мотора в любом из них. Даже при движении на 2 цилиндрах хорошо сбалансированный 1,4 TSI также стабилен, как и при работе всех четырех камер сгорания. Все механические процессы переключения выполняются за период половины оборота распределительного вала (от 13 до 36 мс). Переходный момент переключения сглаживается вмешательством системы управления зажиганием и дроссельной заслонкой. Но в случае неравномерности движения, например, при равном ритме движения в городе или агрессивной езде по трассе, отключения цилиндров не происходит. За это отвечает как датчик установленный на акселераторе, так и специально установленная программа. Правда, работа силовых агрегатов по предложенной схеме возможна только для двигателей с концепцией TSI: непосредственный



впрыск бензина плюс турбонаддув. Кстати, масса компонентов системы АСТ невелика – всего лишь 3 килограмма.

Ни Дноуля впускую

В целях оптимального использования энергии отработанных газов при прогреве двигателя и, с другой стороны, эффективного охлаждения при работе с высокой нагрузкой выпускной коллектор новых двигателей EA211 был интегрирован в головку блока цилиндров и оснащен собственной рубашкой охлаждения. При этом система охлаждения стала двухконтурной. В то время как основная часть двигателя охлаждается высокотемпературным контуром, в который включен механический насос охлаждающей жидкости, для понижения температуры интеркулера и корпуса турбонагнетателя используется низкотемпературный контур. Он управляется электрическим насосом, включающимся в зависимости от текущей потребности. Кстати, конструкция выпускного коллектора позволила инженерам Volkswagen использовать в качестве турбонагнетателя отработанных газов спиральный компрессор. В результате снизилась масса как головки блока цилиндров, так и непосредственно турбины в сборе. Но, возвращаясь к системе охлаждения, подчеркнем, что для обогрева салона используется контур головки блока

цилиндров. Таким образом, салон автомобиля прогревается так же быстро, как и двигатель, что немаловажно в холодное время года.

Выгода налицо

Итак, выпуск бензиновых двигателей модульных конструкций для платформы MQB принесет немалую выгоду концерну Volkswagen. Во-первых, количество вариантов двигателей и коробок передач уменьшится на 88 процентов, что приведет к естественному снижению расходов на проектирование и производство. Во-вторых, с учетом изготовления легковых автомобилей марки по всему миру максимальная унификация моторов, несомненно, повысит качество их изготовления в соответствии с корпоративными стандартами. Также модульные схемы изготовления скажутся на гарантийном и постгарантийном обслуживании как автомобилей в целом, так и двигателей в частности. С учетом практически идентичной конструкции процесс работы с такими агрегатами должен стать куда проще и дешевле, а время ожидания необходимых запчастей снизится в разы. Сегодня мы рассказали лишь о новых бензиновых двигателях. Однако для новой мобильной платформы разработана и гамма новейших модульных турбодизелей. Но об этом в нашем следующем номере.

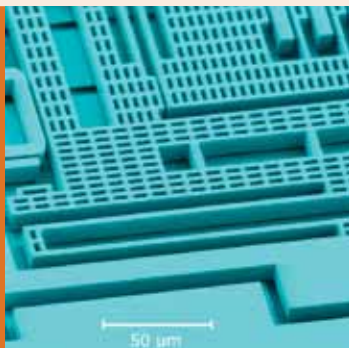
MEMS-датчики Bosch:

стабильный рост объемов производства с 1995 года

- Для выпуска первого миллиарда MEMS-датчиков потребовалось 13 лет, для достижения отметки в два миллиарда – всего три года.

- Bosch является лидером мирового рынка MEMS-датчиков.

- Основные потребители – производители автомобилей и бытовой электроники.



Bosch установил новый рекорд по объемам выпуска продукции. За 16 лет компания произвела два миллиарда MEMS-датчиков. Для выпуска их первого миллиарда понадобилось 13 лет, а отметку в два миллиарда Bosch перешагнул всего три года спустя. При этом объемы производства продолжают расти. Совсем недавно они достигли почти полумиллиарда единиц в год, что соответствует более чем 1,3 млн. штук за один рабочий день.

Сегодня Bosch – лидер мирового рынка MEMS-датчиков, крупнейшими потребителями которых являются производители автомобилей и бытовой электроники. За выпуск продукции этого типа отвечают подразделение Bosch Automotive Electronics и дочерние предприятия Sensortec и Akustica.

Фундаментальные исследования 1980-х привели к появлению «Процесса Bosch»

Компания Bosch один из наиболее опытных разработчиков и производителей микромеханических компонентов. Именно исследования Bosch в середине 1980-х годов привели к разработке фундаментальной технологии, впервые сделавшей рентабельным массовый выпуск датчиков современного типа. Эта новая технология, известная под названием «процесс Bosch», сегодня является одним из важнейших процессов производства микросистем.

Экономический успех последовал сразу же после запуска продукции в серийное производство

в 1995 году. Исследовательская деятельность компании также была отмечена рядом высоких наград: European Patent Office's European Inventor Award-2007, German Future Prize-2008, Federal President's Award for Technology and Innovation.

MEMS-датчики Bosch обеспечивают надежное и точное измерение таких переменных величин, как давление, ускорение, рысканье или скорость потока с учетом направления магнитного поля Земли. Для измерений используются микроскопические пружины, грузики или мембраны. Размер структур, впечатанных в кремниевую подложку, не превышает тысячной доли миллиметра. Как только микроэлектромеханические датчики стали способны генерировать слабый электрический сигнал, электронику стали устанавливать в отдельный корпус рядом с датчиком или непосредственно на тот же самый чип. Это позволило принимать слабый сигнал, усиливать его или преобразовывать в цифровые данные. Таким образом, MEMS-датчики способны подавать сигналы непосредственно на блок управления.

MEMS-датчики в автомобильных технологиях

Первым рынком, на котором оказались востребованными MEMS-датчики, стал рынок автомобильной электроники. Размер играл для него второстепенную роль. Гораздо важнее были надежность и прочность. Сегодня Bosch Automotive Electronics производит



несколько сотен видов микро-электромеханических датчиков специально для транспортных средств. Они делают автомобили экологичнее, безопаснее, экономичнее и комфортнее. С каждым годом все больше увеличивается ассортиментный ряд и общий объем производства данной продукции. В современном автомобиле установлено до 100 подобных датчиков, и их число постоянно растет. Они выступают в роли «органов чувств» для систем впрыска в бензиновых и дизельных двигателях, обеспечивают своевременной срабатывание подушек безопасности, служат важным элементом электронной системы стабилизации ESP®.

MEMS-датчики в бытовой мобильной электронике

В бытовой мобильной электронике MEMS-датчики обеспечивают надежное и удобное использование таких устройств как смартфоны и ноутбуки. Требования этого сегмента рынка кардинально отличаются от требований, предъявляемых автопромом. Датчики должны быть миниатюрными и потреблять минимум энергии. Но, что важнее всего, они должны быть рентабельными при серийном изготовлении миллионов единиц. Сегодня грани самых миниатюрных MEMS-датчиков Bosch Sensortec составляют всего 2 мм в длину и менее 1 мм в высоту, а их энергопотребление в режиме ожидания даже ниже, чем скорость саморазряда батареи.

В навигационных устройствах и мобильных телефонах с функцией навигации MEMS-датчики атмосферного давления определяют изменения высоты над уровнем моря настолько точно, что делают возможной навигацию даже внутри многоэтажного здания. MEMS-датчики ускорения по-

зволяют управлять устройствами с помощью движений рук, менять ориентацию экрана, предотвращают потерю данных на жестких дисках при падении ноутбука и помогают открывать новые виртуальные миры любителям игровых приставок.

Последней разработкой Bosch является трехосный MEMS-датчик магнитного поля. Реагируя на магнитное поле Земли, он определяет положение сторон света. Встроенный трехосный MEMS-датчик ускорения компенсирует ошибки, вызываемые наклонами, что позволяет цифровому компасу оставаться точным в любом положении. Возможности комбинированного использования датчиков выходят далеко за рамки функций обычного компаса и могут применяться даже в дополненной реальности. Например, оборудованный цифровым компасом смартфон позволяет получать информацию о достопримечательностях во время прогулок по городу.

Дочернее предприятие Bosch Akustica специализируется на микрофонных датчиках для использования в бытовой электронике. Размером всего в несколько миллиметров, они характеризуются большой надежностью и устойчивостью к высококачественным сигналам, исходящим от окружающих схем и индикаторов. Благодаря миниатюрным размерам, производителям бытовых приборов удастся помещать по два и более микрофонных датчика в устройство, добиваясь значительного шумоподавления.

Потенциал новых разработок на потребительском рынке высок как никогда. В ближайшие годы ожидается появление очередных впечатляющих разработок на основе микроэлектромеханических компонентов.

ИМПОРТНЫЙ АВТОЛИСТ ДЛЯ «АВТОВАЗ»



«АвтоВАЗ» возобновляет производство автомобилей из импортного автолиста. У завода есть договоренность с ведущим мировым производителем стали ArcelorMittal о поставках оцинкованного проката для моделей на платформе В0. Это событие позволит предприятию повысить качество своих автомобилей и стать более экономичным. На сегодняшний день планируется использование импортного автомобильного листа для сборки новых моделей, разрабатываемых совместно с Renault-Nissan.

Известно, что в текущем году завод собирается запустить на своих конвейерах про-

изводство двух моделей на платформе В0 альянса Renault-Nissan: на весну запланирован запуск универсала LADA Largus (модификация Dacia Logan MCV), а к концу года предприятие начнет выпуск модели Nissan на данной платформе (скорее всего это будет седан Nissan Bluebird Sylphy).

Компания ArcelorMittal (Люксембург) является основным партнером альянса Renault-Nissan. Для соответствия высоким стандартам качества, которые предъявляет альянс ко всем комплектующим и, в частности к автолисту, совместному проекту с «АвтоВАЗ» в качестве поставщика был

предложен крупнейший мировой производитель стали – ArcelorMittal.

Около двадцати лет назад (до середины 90-х) практически все машины «АвтоВАЗ» производились из импортного автолиста, в России на тот момент не было соответствующих мощностей. В настоящее время завод сотрудничает только с российскими металлургами: большая доля приходится на ММК (70%) и 30% – на НЛМК. Стоит отметить, что стоимость проката ArcelorMittal ниже, даже с учетом расходов на транспортировку.

В Минпромторг ранее поступала заявка Объединения автопроизводителей России об отмене импортной пошлины на автолист, что позволит еще снизить закупочную цену. В случае положительного рассмотрения заявки и отмены пошлины на закупку импортного автолиста выгода всех российских автопроизводителей очевидна.



10 НОВЫХ МОДЕЛЕЙ ОТ «АВТОВАЗ»

В планах «АвтоВАЗ» на ближайшие 5 лет запуск в производство десяти новых моделей. Причем в эту десятку войдут не только автомобили, разработанные и созданные собственными силами, но и специалистами из альянса Renault-Nissan, который является партнером «АвтоВАЗ».

По мнению президента «АвтоВАЗ», Игоря Комарова, совместная работа с альянсом Renault-Nissan – одно из приоритетных направлений для компании наряду с развитием промышленной базы. В ближайший месяц начнется производство универсала LADA Largus, который базируется на платформе французских партнеров. Ожидается запуск одной линии производства мощностью до 300 тысяч автомобилей в год. «Это доказательство того, что партнеры «АвтоВАЗа» делают серьезные инвестиции, а также привносят новые технологии в производство», – заключил Комаров.

Первоочередная задача «АвтоВАЗа» на 2012 год – обновление модельного ряда. Поэтому в этом году компания не собирается достигать высокого уровня продаж. Если говорить о результатах 2011 года, то действительно, отмечается стабильный рост объемов производства, а цифры продаж по итогам года возросли на 10,6% по сравнению с 2010 годом и составили 578 387 автомобилей.

Подробнее о выпуске в ближайшие 5 лет десяти новых моделей Комаров рассказал следующее: «Сначала мы запустим LADA Granta в Ижевске, а в конце года – Nissan. В следующем году мы запустим новые универсалы и хэтчбеки LADA Kalina, летом 2013 года запустим хэтчбек LADA Granta в Ижевске, а также две новые модели Renault. В конце этого года мы станем мультибрендовым производителем, а в следующем году будем уже производить на одной линии все три бренда».

Существенное увеличение объема продаж продукции «АвтоВАЗа» планируется к 2016–2017 годам.

НОВАЯ ПРОДУКЦИЯ: ЦИЛИНДР КОЛЕСНЫЙ ЗАДНЕГО ТОРМОЗА ДЛЯ АВТОМОБИЛЕЙ ГАЗ



После длительного перерыва НПО «БелМаг» возобновило производство задних тормозных цилиндров для автомобилей ГАЗ.

Теперь данные тормозные цилиндры производятся в исполнении «Оригинал» и, благодаря применению специального переходного штуцера М10*М12, могут устанавливаться на все автомобили нижегородского производства: «Волга», «Газель», «Соболь».

Особенности конструкции:

- высокоточная обработка внутренних рабочих поверхностей;
- дополнительное антикоррозийное покрытие корпуса;
- специальные морозостойкие сорта резины;
- 100-процентная проверка на герметичность.

Новинку отличает широкая применяемость: ГАЗ 24, 24-10, 24-12, 3102, 31029, 3110, 31105, 3111, 3221, 2217, 2705, 2752, 3302.

Вся продукция сертифицирована.

Гарантия – 3 года или 125 000 км пробега.

НПО «БелМаг» – официальный поставщик на конвейеры АвтоВАЗ и GM–АвтоВАЗ.



Powered by:

automechanika
MOSCOW

16-я МЕЖДУНАРОДНАЯ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА АВТОКОМПОНЕНТОВ
И ОБОРУДОВАНИЯ ДЛЯ ТЕХНИЧЕСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ АВТОМОБИЛЕЙ

27 – 30 АВГУСТА, МОСКВА, **ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР»**, ПАВИЛЬОНЫ 1, 2, 7, 8, ФОРУМ



www.mims.ru

Организаторы:
Organised by:



Группа компаний ITE:
ITE Moscow
+7 495 935 7350
motor@ite-expo.ru



messe frankfurt

Messe Frankfurt RUS
+7 495 649 8775
automechanika@messefrankfurt.ru

ПРОИЗВОДИТЕЛЬ СМЕНИЛ НАЗВАНИЕ



TP

Teikoku Piston Rings

Производитель поршневых колец TP, компания TEIKOKU PISTON RINGS, сменила название на TPR Co., Ltd. В связи с этим поменялся дизайн индивидуальной упаковки и защитной голографической наклейки. Продукция в новой упаковке начнет поступать на склады российских оптовиков уже в марте этого года наряду с продукцией в прежней упаковке. В этой связи производитель обратился с просьбой о первоначальной реализации товара «старого» дизайна и доведения до сведения покупателей информации о данных изменениях.

Японская инженерная фирма Teikoku Piston Rings является одним из ведущих производителей деталей моторной группы и поставщиком на конвейеры таких автогигантов как Toyota, Mitsubishi, Isuzu, Honda, Nissan Diesel, Daihatsu, Yanmar, Mitsubishi Heavy Ind., Komatsu, Niigata & Yamaha.

Все производство компании располагается в Японии, что позволяет говорить о 100% японском качестве деталей. Продукция компании является оптимальным выбором для тех, кто ценит высокое качество по разумной цене. Потребитель покупает оригинальные детали (продукция для конвейера) по цене aftermarket (рынок запасных частей).

TWIZY: БАТАРЕИ «НАПРОКАТ»



В компании Renault объявили, что во Франции стартуют продажи одноместного электрокара Twizy. Низкая стоимость (от 7690 евро) стала возможной благодаря тому, за аренду батарей владелец автомобиля будет платить всего 50 евро в месяц, в стоимость ав-

томобиля они не входят.

Электрокар обладает миниатюрными размерами: 2,32 метра в длину, 1,19 метра в ширину и 1,46 метра в высоту, при этом масса его равна 450 кг. Электрокабиль укомплектован 17-сильным мотором, максимальная указанная скорость – 80 км/ч. Полного заряда его литий-ионных батарей хватит на расстояние около 100 километров.

Компания Renault разработала модификацию для подростков – Twizy 45. Известно, что во Франции подростки от 16 лет могут получить сертификат на управление транспортом малой мощности, хотя в некоторых странах для такого транспорта водительских прав не требуется. Максимальная скорость Twizy 45 не превышает 45 км/ч, мощность его двигателя составляет 5 л. с., стоимость этой версии от 6990 евро.

Удивительно, что, несмотря на сравнительно низкую скорость, перемещение на Twizy в современных городах вероятно будет более быстрым, чем на обычных автомобилях, благодаря ультракомпактным размерам, что к тому же облегчает и парковку. В Twizy помещаются два человека, цельный кузов и боковые панели создают комфортное пребывание в нем, защищая от ветра и непогоды.

Напомним, что впервые Renault представила Twizy в 2011 году на Барселонском автосалоне. Производится автомобиль на заводе концерна Renault в Вальядолиде (Испания).

ЛИКВИ МОЛИ – ЛИДЕР РЫНКА МОТОРНЫХ МАСЕЛ В ГЕРМАНИИ

Победное шествие бренда ЛИКВИ МОЛИ продолжается: в 2011 году читатели сразу двух ведущих автомобильных журналов присвоили ему статус Лучшего бренда* Германии!

Это подтверждается и объемами продаж. К концу 2011 года компания ЛИКВИ МОЛИ почти достигла уровня 30% от общего оборота моторных масел на данном рынке в Германии**. Заняв первое место, марка обошла своего крупного соперника – компанию Castrol. «Долгие годы мы преследовали эту цель. Для нас это сенсация! – прокомментировал победу Эрнст Прост. – Быть первым всегда намного почетнее!»

29,9% – таков точный процент рыночной доли Ликви Моли в категории моторных масел по данным GfK Group, полученным с января по октябрь 2011. Это на 2% больше, чем у компании Castrol.

О том, что ЛИКВИ МОЛИ станет однажды лидером рынка моторных масел, Эрнст Прост думал всегда: «Эта цель всегда была у меня и моей команды. Но сейчас, когда мы ее достигли, это кажется невероятным. Небольшая, в сравнении с масляными гигантами, фирма, оказалась впереди всех в Германии! Я ошеломлен! Ведь мы просто делаем то, что нужно нашему клиенту. Но нет времени наслаждаться успехом, находясь на вер-

шине. Слишком сильна конкуренция. Конкуренты сейчас выжидают своего шанса. Мы лишь поменяли роль охотника на роль добычи. Полученное преимущество обязывает укреплять и защищать актуальную позицию».

Прочная основа

Годовой оборот 2011 года по сравнению с 2010 увеличился на 19%, что создает надежный плацдарм для дальнейшего развития.

«Двухзначная цифра динамики роста поддерживается уже 10-й год. Мы намерены сохранять эту тенденцию. С 2009 по 2011 год рост оборота компании составил практически 50%. Новый этап в развитии должно обеспечить открытие нефтяной базы в Dillingen стоимостью около 8 млн. Евро. Стратегия развития компании – инвестиции в четыре основных направления: Люди, Производство, Рынки и наш Бренд», – говорит Эрнст Прост о планах компании на будущее.



XENARC® SILVERSTAR – САМАЯ ЯРКАЯ АВТОМОБИЛЬНАЯ ЛАМПА В МИРЕ!



Компания OSRAM рада первой предложить самую яркую автомобильную ксеноновую лампу. По сравнению со стандартными ксеноновыми лампами, новинка OSRAM XENARC® SILVERSTAR способна светить на 20 м дальше и лучше (на 30%) освещать дорожное полотно.

Благодаря этому на международном автосалоне IAA во Франкфурте компания OSRAM с продуктом XENARC® SILVERSTAR стала призерами в номинации «Лучший автомобильный бренд».

OSRAM, мировой лидер в области автомобильных систем освещения, в очередной раз подняла технологию производства ксеноновых ламп на новый, до сих пор не достигаемый, уровень. Благодаря инновационной геометрии лампы, световой пучок распространяется в более широком диапазоне. Из-за этого XENARC® SILVERSTAR может осветить те места, где это действительно нужно. Как результат – лучшая освещенность обочины, дорожных знаков, препятствий на дороге, а, следовательно, и общее повышение безопасности вождения.



OSRAM XENARC® SILVERSTAR – ПЕРВЫЕ НА РЫНКЕ!

• OSRAM XENARC® SILVERSTAR не имеет аналогов на рынке

• На 30% больше света по сравнению с обычной ксеноновой лампой и на 130% – по сравнению с галогенной лампой

• На 20 м более длинный световой конус

• Доступны лампы в следующих исполнениях: D1S, D2S

• Имеет ECE одобрение

• Двойной евро-бокс для D2S лампы

• Цветовая температура 4 200 К
OSRAM является одним из ведущих производителей светотехники в мире. Компания поставляет световое оборудование в 150 стран мира. Объем продаж за пределами

Германии, составляющий 88% от общего оборота, а также присутствует на каждом континенте свидетельствуют о действительно всемирном масштабе деятельности.

Лампы и системы освещения от компании OSRAM обеспечивают прекрасную видимость, безопасность и комфорт при эффективном использовании ресурсов. Более 100 лет компания OSRAM стремится к «умному свету». Как глобальная корпорация OSRAM проводит ответственную социальную политику, уделяя большое внимание защите окружающей среды, а также оказывает поддержку культуре и искусству как в Германии, так и за ее пределами.



В России компания занимает лидирующие позиции, в том числе и потому, что построила завод по производству ламп в Смоленске, и почти половина ламп для осве-

щения офисов и практически все энергосберегающие лампы российского производства выпускаются сейчас на этом заводе.



МОДЕРНИЗАЦИЯ ЛОГИСТИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА В КАРЛСРУЭ: BOSCH ИНВЕСТИРУЕТ 100 МИЛЛИОНОВ ЕВРО



BOSCH



Automotive

гания, отправляются отсюда в 140 стран мира. Ежедневно комплекс покидают более 20 000 единиц запчастей и около 120 контейнеров.

Следует отметить, что все отгрузки автозапчастей Bosch в Украину, Россию и Беларусь осуществляются именно из логистического комплекса в Карлсруэ. Его расширение и модернизация приведут к дальнейшему улучшению поставок продукции Bosch на российский рынок.

Располагая более чем 10 000 сотрудников в 140 странах, подразделение Bosch Automotive Aftermarket является мировым лидером по поставкам запчастей для автомобилей, диагностического и гаражного оборудования и сервисных концепций для СТО, обслуживающих как пассажирский, так и коммерческий транспорт.

Подразделение управляет сетью компаний Bosch Car Service, работающих по франшизе, — крупнейшей в мире сетью независимых СТО, в состав которой входят более 15 000 ремонтных мастерских. В то же время, оно контролирует деятельность почти 500 станций техобслуживания в рамках франшизы AutoCrew.

Компания Bosch усиливает свое подразделение автозапчастей, расширяя логистический комплекс в Карлсруэ. К 2018 году компания инвестирует около 100 миллионов евро в расширение складских помещений, а также в модернизацию технологий хранения и управления складскими запасами.

Роберт Хансер — президент подразделения Bosch Automotive Aftermarket отметил: «Инвестируя в развитие предприятия в Карлсруэ, один из ключевых объектов направ-

ления Bosch Automotive Aftermarket, мы стремимся расширить присутствие Bosch на рынке и усилить позиции компании в качестве лидера мировой индустрии запчастей».

Всего на предприятии Bosch в Карлсруэ работает около 1 300 сотрудников. Там же находится главный офис подразделения Bosch Automotive Aftermarket.

В период между 2013 и 2015 годами площадь складских помещений в несколько этапов будет расширена почти на 20 тыс. м². Общий

объем стеллажей возрастет на 50% и составит до 160 000 палето-мест. Введение новых складских площадей в эксплуатацию запланировано на 2014 год. Параллельно начнется работа по модернизации имеющегося логистического комплекса, которая будет завершена к 2018 году.

Существующий логистический комплекс, открытый в 1978 году, занимает площадь в 70 000 м². Приблизительно 450 000 автозапчастей Bosch, от антиблокировочных тормозных систем до свечей зажи-

СПРАВКА

Группа компаний Bosch является ведущим мировым поставщиком технологий и услуг. Согласно предварительным данным в отчетном 2011 году более 300 тыс. сотрудников обеспечили продажи на сумму 51,4 млрд. евро по следующим направлениям: автомобильные технологии, промышленное оборудование, потребительские товары и техника инженерных коммуникаций. В Группу компаний Bosch входят Robert Bosch GmbH и более 350 дочерних предприятий и региональных компаний приблизительно в 60 странах. Вместе с партнерами в сфере продаж и обслуживания компания Bosch представлена почти в 150 странах. Широкая международная конструкторская, производственная и торговая сеть является основой для дальнейшего роста компании. В 2011 году компания Bosch вложила в научные исследования и разработки более 4 млрд. евро, а также подала заявки на получение свы-

ше 4100 патентов по всему миру. Предлагая свою продукцию и услуги, компания Bosch повышает качество жизни за счет инновационных и полезных разработок.

Компания была основана в Штутгарте в 1886 году Робертом Бошем (1861–1942) как «Мастерская точной механики и электротехники». Особая структура собственности Robert Bosch GmbH гарантирует Группе компаний Bosch предпринимательскую свободу, что позволяет осуществлять долгосрочное планирование и использовать значительную долю средств для инвестирования, обеспечивая компании надежное будущее. Девяносто два процента акционерного капитала Robert Bosch GmbH принадлежит благотворительному фонду Robert Bosch Stiftung GmbH. Контрольным пакетом голосующих акций владеет Robert Bosch Industrietreuhand KG и выполняет функции собственника на основании доверительного управления. Остальная часть акций принадлежит семье Бош и Robert Bosch GmbH.

NISSAN ОТЗЫВАЕТ 250 000 АВТОМОБИЛЕЙ

Концерн Nissan объявили об отзыве 250 000 автомобилей по всему миру из-за возможной неисправности двигателей. Под эту кампанию попадают кроссоверы Juke, выпущенные в Великобритании, произведенные в Индии хэтчбеки Micra, хэтчбеки Tiida китайской сборки, а также модели

Serena, Infiniti M и QX, изготовленные на конвейере в Японии.

Все перечисленные модели укомплектованы двигателями с прямым впрыском топлива, именно в них может наблюдаться неисправность. По сообщению японского производителя автомобилей, в топливных рампах



этих двигателей недостаточно надежно закреплены датчики давления. Во время эксплуатации автомобиля они могут разболтаться, в этом случае может произойти утечка топлива, и есть вероятность возгорания.

Для предотвращения таких ситуаций брак исправят в сервисных

центрах Nissan. Выпуск автомобилей с вероятным браком начался ориентировочно в конце лета 2009 года и продолжался до января 2012 года. Однако, как подчеркнули в компании, до сих пор ни одного аварийного случая по причине данной неисправности не наблюдалось.

ООО «Автоторгзапчасть»

Официальный дилер

- Радиаторы
- Отопители воздушные
- Подогреватели жидкостные (ПЖД)
- Домкраты
- Бензонасосы
- Стартеры
- Генераторы (Ржев, Батэ, Самара, Чебоксары)
- Термостаты
- Глушители (Баксан, Полоцк)



! Для автомобилей и сельхозтехники

Мы уважаем время наших партнеров, поэтому наш склад расположен за пределами МКАД

Московская обл., Домодедовский р-н:
тел./факс: (495) 746-20-90, 988-82-44
г. Тверь: тел./факс: (4822) 74-44-10, 74-44-11, 74-44-12

www.radiator-starter.ru



КОЛЛАБ
ГУДВИЛ



8-800-333-23-78

звонок бесплатный



ЗАПАСНЫЕ ЧАСТИ

для американских и европейских грузовиков



На шаг впереди



196608, Санкт-Петербург, Пушкун,
ул. Автомобильная, д. 4, лит. А3
Тел.: (812) 322-65-00 (многоканальный)
Запчасти в Москве: (495) 514-67-89, 8-901-518-38-38
e-mail: goodwill@peterlink.ru

www.truck.ru
www.gwparts.ru

AIMOL: параметры оценки качества



AIMOL – голландская марка смазочных материалов класса PREMIUM как для легкового, так и коммерческого транспорта. В прошлой статье шла речь об испытаниях, проводимых в МИЦ ГСМ, подтверждающих право AIMOL говорить о своих продуктах, как о качественных высокотехнологичных маслах. Интересно, что провести анализ масла, используемого в автомобиле, может как организация, так и частное лицо. В связи с этим, в этом номере хотелось бы рассказать, какие параметры оцениваются, и каким образом интерпретировать полученные результаты.

Напомним, что основное назначение моторного масла – это снижение трения и износа двигателя. Металлы – индикатор износа – являются основным параметром оценки качества моторного масла при его тестировании. Проба, которая приходит в лабораторию, представляет собой уже отработанный материал, а значит, в нём содержатся элементы, попадающие в процессе работы двигате-



ля, трансмиссии или другого узла трения. Это могут быть как индикаторы износа, так и пыль, попавшая в маслосистему из воздуха. Если провести анализ на определение индикаторов износа двигателя или техники, то можно без разборки двигателя или какого-либо другого агрегата установить степень износа входящих в его состав компонентов. Более того, при возникновении каких-либо подозрений относительно исправности отдельных узлов (непонятные шумы или стук) выполнить комплексную диагностику системы, не прибегая к дорогостоящим и долгосрочным операциям. Среди основных металлов, частицы которых могут содержаться в масле и негативно влиять на механизмы двигателя, можно выделить следующие: железо, хром, олово, алюминий, никель, медь и молибден. Основной элемент износа – это железо. Его высокое содержание говорит о повышенном износе таких элементов двигателя как распределительный вал, коленчатый вал, корпус клапана, вкладыши, подшипники или цилиндры.

Другой важный параметр оценки – это элементы присадок. В отличие от частиц износа присадки входят в состав масла и их миссия

– нейтрализовать воздействие веществ, попадающих в двигатель. Кальций и магний являются элементами моющих и диспергирующих присадок, придающих моторному маслу щелочность. Чем их больше, тем лучше моющие свойства масла, а значит, меньше отложений и выше чистота двигателя. Бор входит в состав некоторых противоизносных присадок в масле, а также в состав антикоррозионных присадок в определенных типах антифризов. Цинк и фосфор – это основные элементы противоизносной и противозадирной присадок (дитиофосфаты цинка). Их суммарное высокое содержание показывает высокий уровень смазывающих характеристик масла, а значит, долговечность работы двигателя. Моторные масла AIMOL содержат в среднем на 30–50% больше противоизносных и противозадирных присадок, чем у аналогов. Такой результат анализов, проводимых партнерами марки AIMOL, подтверждает тезис о высоких эксплуатационных свойствах смазочных материалов AIMOL.

Лабораторными методами можно определить также и содержание частиц, показывающих степень загрязнения масла. Их

наличие свидетельствует о неисправности какого-либо узла. Например, крайне вредной примесью в масле является вода. Она снижает смазывающую способность масла, ускоряет его окисление и старение двигателя. Вода попадает в масло через неплотности в прокладках работающего и остановленного двигателя, при конденсации, а также является индикатором протечек в системе охлаждения. Повышенное содержание воды ускоряет окисление и нитрование масел. В непрогретом двигателе вода не успевает испариться, что вызывает быструю срабатываемость масла и его окисление.

На что ещё, помимо частиц износа и присадок, следует обратить особое внимание так это на состояние масла. В предыдущей статье мы описывали, что по результатам лабораторного теста, в процессе эксплуатации рекомендованное автопроизводителем масло перешло из одного класса вязкости в другое. Это невозможно определить самостоятель-

но, но часто именно невидимые причины приводят к ощутимым негативным последствиям. Итак, параметры состояния масла, на которые следует обратить внимания – это вязкость, индекс вязкости, щелочное или кислотное число, окисление и нитрование.

Что касается видимых параметров качества, о которых также говорилось в предыдущей статье, а именно чистота мотора и угар масла, то это должно подтверждаться сохранением щелочного числа по результатам серии тестов.

В большинстве случаев в проведении подобных анализов заинтересованы коммерческие организации, обладающие автопарком или сервисные станции, которые хотят быть уверены в качестве масла, которое они предлагают клиенту. Совместные анализы уже не раз подтверждали качество AIMOL. Свидетельства этому – одобрения и отзывы компаний, СТО и спортивных команд. С материалом целиком можно ознакомиться на сайте www.aimol.ru. ■

Присоединяйтесь к AIMOL! У вас есть возможность провести серию собственных эксплуатационных тестов моторных масел AIMOL совместно с компанией ООО «РСТех»

ООО «РСТех», официальный дистрибьютор

Оптовые и розничные поставки автомасел и автожидкостей
Тел.: +7 (916) 49 25 222, +7(495) 646 04 75, www.1000000km.ru

ВЫСТАВКА

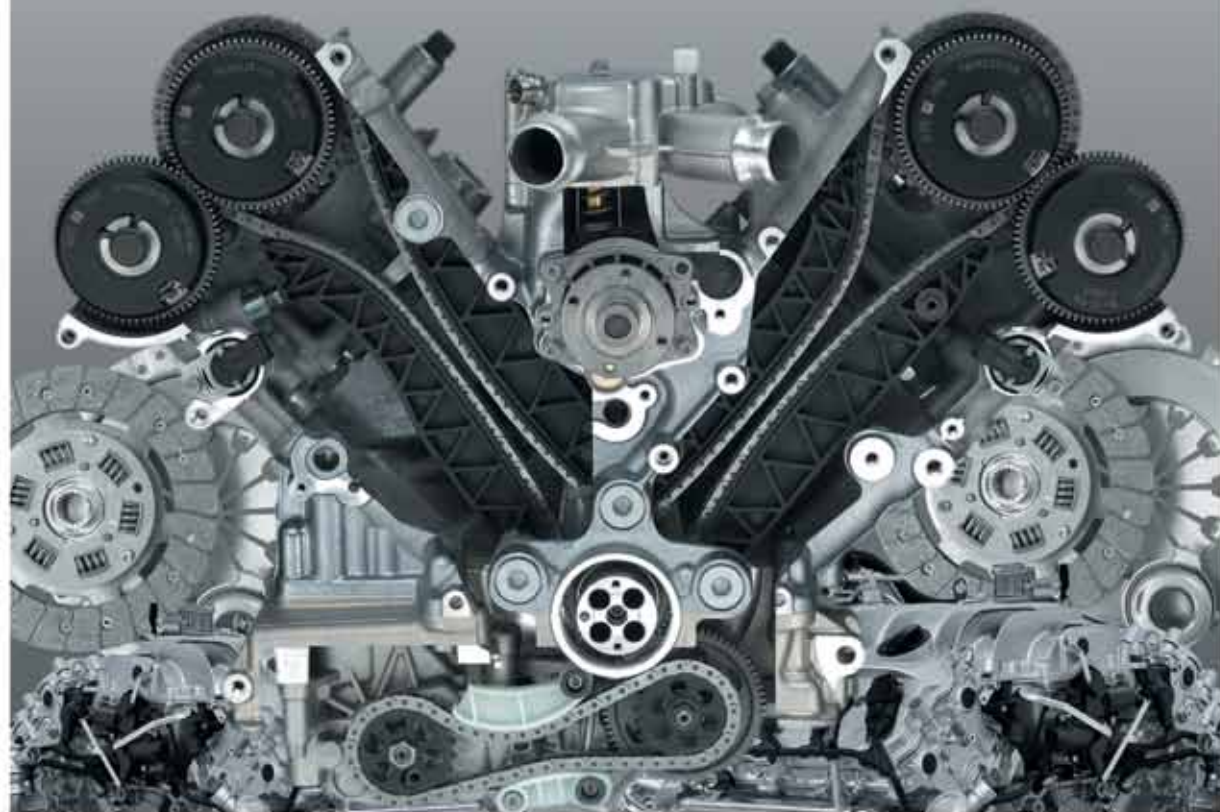
16-19 мая 2012

www.avtoindustry.ru

АВТОИНДУСТРИЯ



- **Автокомпоненты**
- **Запчасти**
- **Оборудование для сервиса**



ЭКСПО-ВОЛГА
организатор выставок с 1986 г.

443110 г.Самара, ул.Мичурина, 23А
тел/факс: +7 (846) 207-11-40
e-mail: autoprom@expo-volga.ru

www.expo-volga.ru

ИК

Курочкина Маргарита Сергеевна
Деятельный член ИИП
Практический психолог
Тел.: +7 (985) 998-04-06

e-mail: margaritakes@mail.ru

- ✓ Психологическое консультирование
- ✓ Психокоррекция

ЛМ

Служебный № 301252

НО

П



CONTINENTAL ПРЕДСТАВИТ ЦЕЛУЮ ЛИНЕЙКУ НОВИНОК НА ЖЕНЕВСКОМ АВТОСАЛОНЕ

В этом году на Женевском автосалоне компания Continental представит три новые модели шин для легковых автомобилей. Среди них будут сразу две зимние модели: шина для субкомпактов, компактов и среднеразмерных автомобилей и модель для электрокаров, которым требуются шины с особо низким сопротивлением качению. В качестве третьей новинки компания продемонстрирует новую летнюю шину ContiPremiumContact 5, которая еще до официальной премьеры была признана лучшей в сравнительном тесте немецкого издания «ACE Lenkrad», обогнав 14 своих соперников.

Помимо новых моделей шин на стенде Continental общей площадью 160 м2, посетители смогут увидеть спорткар Artega GT, «обутый» в спортивные шины ContiForceContact. Эти шины сертифицированы для дорог общего пользования и успешно прошли испытание 24-часовой гонкой на трассе Нюрбургринг в прошлом году.



Также на стенде компании будут представлены новые колесные диски для тюнинга от швейцарского подразделения Continental. Женевский автосалон, который в этом году пройдет с 8 по 18 марта, является первой в сезоне и одной из главных автомобильных выставок в Европе. Так в прошлом году количество посетителей автоса-

лона достигло порядка 735 000 человек.

- На выставке состоится дебют трех моделей шин Continental
- Площадь стенда компании составит 160 м2
- На стенде Continental будет представлен спорткар Artega GT, оснащенный спортивными шинами ContiForceContact

ФОТОГРАФИИ НА ШИНАХ



В компании Bridgestone разработали новую технологию: теперь можно печатать любые изображения на боковых поверхностях автошин. Для такой печати необходимы три слоя: основа под изображение, включающая ингредиенты, предотвращающие выцветание картинки, непосредственно изображение, которое наносится инновационными по составу чернилами, и прозрачный защитный слой.

Передовой, по своей сути, способ нанесения графики на шины несравненно лучше используемой в настоящее время технологии изображения на боковинах надписей по средствам внедрения участков белой резины в основной черный массив. Естественно, при традиционном способе увеличивается вес шины, чего не происходит при новой технологии. А главное, данная инновация позволяет использовать неограниченное количество цветов, изображая не только надписи, но и любые рисунки, и даже фотографии. И еще один огромный плюс – владелец всегда сможет удалить изображение или нанести новое без каких-либо проблем.

Компания Bridgestone планирует широко применять данную инновацию в самое ближайшее время.

С ХАРАКТЕРОМ И ШИПАМИ

Американская компания Goodyear провела презентацию очередной модели зимних шипованных шин UltraGrip Ice Arctic.

Ради этого были сооружены две трассы в Подмоскowie: ледовая и снежная, на которых эксперты и журналисты сравнили новинку с ближайшими конкурентами. На разработку новой легкой шины, предназначенной для рынков Скандинавии и России, специалисты потратили около пяти лет. В числе примененных инноваций – увеличенный диаметр шипа и более эффективная



форма его режущей кромки, большая глубина протектора, разделенного на блоки со ступенчатыми стенками, а также, V-образные ламели. Весь комплекс решений, включая силику в составе резиновой смеси, работает для максимальной устойчивости автомобиля на различных покрытиях: от снега и льда до мокрого или сухого асфальта. Российские продажи UltraGrip Ice Arctic, о которой мы еще расскажем детально, стартуют в марте.



CONTINENTAL ПРИНЯЛ УЧАСТИЕ В ГОНКЕ ЗВЕЗД «ЗА РУЛЕМ»



23 февраля 2012 года на Центральном Московском ипподроме состоялась Гонка звезд «За рулем». Главным техническим партнером традиционно выступила компания Continental, которая предоставила шины для всех автомобилей, вышедших на старт. Кроме того, команда Continental наравне с другими участниками сражалась за главный приз – хрустальную шину.

В этом году компания Continental по традиции выступила главным техническим партнером Гонки звезд «За рулем», которая состоялась в 23-й раз и впервые прошла в статусе международного соревнования. Автомобили всех участников гонки, в том числе титулованных отечественных спортсменов Кирилла Ладыгина, Евгения Новикова, Алексея Васильева, Алексея Дудукало и пилотов Формулы-1 Дэвида Култхарда, легендарного гонщика Алана Проста, Жерома Д'Амброзио, были укомплектованы зимними шинами Continental.

Для соревнования компания поставила 276 дорожных зимних шипованных шин ContilceContact и 36 шин IceRacingContact с боевым шипом.

Выбор шин ContilceContact для гонки был не случаен. Необычная форма так называемого «алмазного» шипа ContilceContact образует максимальную длину сцепных граней. Таким образом, специальная твердосплавная вставка шипа плотно «вгрызается» в лед, обеспечивая надежное сцепление при разгоне и торможении, что было особенно важно на сильно заснеженной

и местами обледенелой трассе гонки. Кроме того, новая технология посадки шипа позволяет удерживать его в протекторе, что делает более безопасным торможение и движение в поворотах. Асимметричный рисунок протектора обеспечивает оптимальную тягу, а оптимизированная резиновая смесь позволяет сохранять мягкость резины даже при очень низких температурах на протяжении всего жизненного цикла шины. Сочетание этих характеристик обеспечили шине ContilceContact рекордные показатели по сравнению с ее предшественниками. Так, тормозной путь сократился на 12%, сила тяги на льду увеличилась на 11%, а управляемость на зимней дороге – на 6%.

Все автомобили финального заезда были «обуты» в шины IceRacingContact, которые разрабатывались специально для Гонки Звезд «За рулем» с учетом всех особенностей заснеженной трассы. Шина размером 145/70 R17 73T оснащена 348 раллийными шипами, а резиновая смесь оптимальна для хорошего сцепления на снегу и льду. «Мне нравится ездить без шипов, это добавляет зрелищности, скорости, но и опасности, к тому же, мастерство пилота выходит на первый план. Но главное в гонке, чтобы шины у всех участников были одинаковые. Поэтому я хочу поблагодарить компанию Continental за предоставленные шины, которые обеспечили уверенное движение», – отмечает победитель гонки Кирилл Ладыгин.

За главный переходящий приз гонки – хрустальную шину – боролась команда Continental,

которая выступила под номером 5. Ее представили Альберто Бергамасчи (Alberto Bergamaschi), итальянский гонщик, победитель Чемпионата Италии в классе «Туринг» в 2010 году, бронзовый призер 24-часовой гонки Нюрбургринга 2011 года и Антон Захаров, многократный победитель Чемпионатов России по автомобильным кольцевым гонкам и автомобильному ралли. Автомобиль команды Continental – Citroen Saxo VTS был специально подготовлен для данной гонки. Модель оснащена бензиновым двигателем мощностью 182 л.с. и спортивной трансмиссией Citroen.

В самые сложные и опасные моменты гонщиков Continental поддерживала бодрыми кричалками команда болельщиков, среди которых была знаменитая актриса театра и кино Марина Казанкова («Закрытая школа», «Бедная Настя», «Маргоша» и т.д.). Наравне с активной поддержкой команды Марина, увлекающаяся гонками с юности, попробовала себя в роли пилота Continental, совершив заезд по ночной трассе на автомобиле команды. «Гонка была замечательная и невероятно зрелищная, но кататься самой гораздо интереснее и веселее – это свой драйв и безумные ощущения. Я привыкла ездить на асфальтовых треках, поэтому сегодняшний опыт принес мне особые эмоции. Я давно отдаю предпочтение шинам Continental, но сегодня меня особенно обрадовало ощущение стабильности даже на льду. Еще я была поражена, насколько легко управлять машиной и выходить из заносов. Теперь я всерьез задумываюсь об участии в ледовых гонках в будущем», – прокомментировала Марина.



«Планета Железяка»:

умение предугадывать желания клиентов



Мегамаркет «Планета Железяка» – крупнейший розничный продавец автозапчастей в России. Удобное месторасположение, гигантский ассортимент, продажа по наличному и безналичному расчету, обслуживание через интернет-магазин – это и многое другое ежедневно привлекает тысячи покупателей в мегамаркет. Но это лишь отличный старт, в сравнении с размахом, которого достигнет «Планета Железяка» в 2013 году, после открытия еще одного корпуса, размеры которого увеличат площадь мегамаркета в 3 раза (свыше 18 000 м²)!

Для всех, кто на колесах

Впервые в России появляется пространство, в котором найдут место все автомобилисты: владельцы старых, современных, отечественных, иностранных, грузовых и легковых авто, а также владельцы мототехники. Здесь будет комфортно всем – от начинающих автомобилистов, плохо разбирающихся в технике до конструкторов, увлечено дорабатывающих автомобили.

Почему «Планета Железяка» приняла решение не специализироваться на отдельных автомарках, а сделать мегамаркет «для всех»? Какие уроки прошлого дали ориентир для движения компании? И, в конце концов, каким будет мегамаркет автозапчастей будущего? В поисках ответов на эти и другие вопросы, мы обратились в «Планету Железяка», где получили развернутые

и интересные комментарии, на основании которых была подготовлена статья.

Уроки прошлого

Чтобы понять каким, должен стать магазин автозапчастей будущего, вспомним, что представляли первые такие магазины и авторемонтные мастерские в нашей стране. Появившись в начале 20 века, автомобили были диковиной, обслуживались они самими водителями. Возрастание спроса на автомобили привело к появлению сферы обслуживания – быстро стали распространяться автомастерские. Уже в 1912 году, как говорится в «Ежегоднике автомобилизма и воздухоплавания», в России было более 100 автосервисов. Запчасти заказывались из-за границы, с российских предприятий или через крупные торговые дома.

Все переменялось после прихода советской власти, в собственности которой перешли как заводы, так и автомастерские. Автомастерские стремились монополизировать рынок обслуживания автомобилей – они, порой, выступали как склад запчастей, которые оттуда уже поступали в магазины. Плохо налаженные поставки и махинации работников автосервисов, задерживающих запчасти у себя, рождали дефицит, который стал знаковым явлением в сфере автотехобслуживания того времени.

Плюсами в советское время были способность обслуживать огромное количество автомобилей на одном предприятии – существовало немало крупных автосервисов, количество постов в которых было более 100 на одной станции, а также отсутствие контрафакта.

Что происходит в 90-е годы? Государственная монополия сменяется рыночными отношениями. Вроде перестройка позволила продавцам запчастей самостоятельно пополнять ассортимент запчастей, а конкуренция вытесняла плохих продавцов. Но, в то же время, активизация преступной деятельности «перекрыла воздух» перспективным компаниям и магазины запчастей не достигали должного размаха. Отсутствие дефицита не долго радовало автомобилистов – развал Советского Союза привел к тому, что российский рынок наводнили иностранные автомобили, преимущественно бывшие в употреблении, найти запчасти для которых было не просто. В итоге, появляется много магазинов, рынков и других торговых точек, где автомобилисты пытались среди контрафакта найти качественные автозапчасти.

Новое тысячелетие началось подъемом в экономике, в стране серьезно вырос автопарк и мириться с ситуацией, царившей на рынке автозапчастей, было немыслимо. В это время открылся мегамаркет «Планета Железяка» – крупнейший магазин по продаже запчастей. Главная его задача – обеспечить автомобилистов всем необходимым. Для этого потребовалось построить трехэтажное здание! Вопрос, куда ехать за запчастями, больше не стоял – в «Планете Железяка» есть все.

Ассортимент, удобство, качество – три столпа «Планеты Железяки»

По данным ВЦИОМ, в 2006 году интернетом пользовались 5% опрошенных, а уже в 2011 году число этих людей выросло в 10 раз (49%). При этом каждый третий (29%) имеет опыт покупки через интернет-магазин. То есть около 16% населения используют интернет как площадку для покупок. Терять такое количество покупателей – безрассудство. Поэтому «Планета Железяка» – это еще и интернет-магазин с собственной оперативной службой доставки.

Сделать сайт удобным для посетителей и для поисковых машин – это огромная работа, которая позволила интернет-магазину «Планета Железяка» вырваться в лидеры по продажам запчастей в рунете. Согласно исследованию, проведенному отделом маркетинга «Планеты Железяка», 33% (336 человек из 1010 участников опроса) не заказывают запчасти в интернете, потому что хотят осмотреть товар. Чтобы люди не боялись покупать «кота в мешке», для многих позиций готовятся собственные фотографии и описания запчастей (на данный момент около 50 тыс. фото), кроме того, в мегамаркете налажена простая процедура возврата товара. Это позволяет привлекать людей, которые прежде скептически относились к интернет-покупкам.

Исследование мегамаркета «Планета Железяка» показало, что покупатели в первую

очередь идут в проверенный магазин запчастей (58%), а четверть (25%) ищет информацию о магазинах в сети и специализированных изданиях. Значит, создание и поддержание репутации должно стать приоритетной задачей. «Планета Железяка» – официально зарегистрированная марка, известная большинству автомобилистов. Известно, что «доброе имя» запятнать намного проще, чем его заслужить. Всего один случай плохого обслуживания и единственная покупка контрафакта уведут клиента в другую магазин. Поэтому контроль за этим в «Планете Железяка» ведется постоянно. Отдел снабжения «Планеты Железяка» работает с производителями или проверенными поставщиками, имеющими все необходимые сертификаты качества.

Но не только экономическим подъемом было озаменовано начало 3 тысячелетия, но и последующим за ним кризисом. Небольшие магазины автозапчастей часто были вынуждены закрываться, крупным же компаниям потребовалась оптимизация. Во многом коснулось это и автопроизводителей, которые стали консолидироваться, выпуская автомобили под разными брендами на одной платформе, это позволило «остаться им на плаву».

«Планета Железяка» также стремится к объединению: это касается как ассортимента, удовлетворяющего владельца любого автомобиля, так и объединения с другими продавцами автозапчастей в единую сеть. «Планета Железяка» на сегодняшний день это сеть магазинов по продаже запчастей.

С каждым годом становится меньше людей, готовых самостоятельно ремонтировать автомобиль, и тому есть много причин: устройство машин усложняется, ритм жизни не оставляет время на самостоятельное обслуживание авто, гарантийные обязательства «связывают по рукам» автовладельцев новых машин и пр.

Чтобы «разгрузить» клиентов, разумно открыть автосервис,

который бы существовал в контакте с магазином. Так и поступили в «Планете Железяка». Сегодня в трехэтажном здании автосервиса всегда найдется место для клиентов.

В «Планете Железяка» рады и будущим автомобилистам

Женщина за рулем уже давно никого не удивляет, а для семейных поездок автомобиль вовсе незаменим. Но анализ магазинов розничной продажи показывает, что рассчитаны они в первую очередь на мужчин. Именно поэтому для «Планеты Железяка» стало важным ориентироваться на ВСЕХ автомобилистов – покупка запчастей в мегамаркете мало чем, отличается от шопинга в одном из торговых центров – здесь просторные залы самообслуживания, вежливые консультанты, кафе, дизайнерское оформление торгового пространства.

Торговые площади, которые появятся в «Планете Железяка», еще больше будут ориентированы на семейный шопинг. На новых территориях «Планеты Железяки» появится игровая комната и другие детские развлечения (подробности пока держатся в секрете), которые не дадут заскучать и самым маленьким гостям мегамаркета.

Позиция мегамаркета однозначна: «Планета Железяка» должна ассоциироваться с «планетой», на которой всегда есть чем порадовать и удивить гостей, а это значит выйти за рамки одних только продаж. Уже сегодня руководством компании собрана коллекция ретро мотоциклов, которые в качестве экспонатов будут представлены на новых площадях. «Железяка» – это не только запчасти, но еще автомобили и мототехника. «Планета Железяка» уже является официальным дистрибутором грузовых автомобилей VAW, в мегамаркете представлен широкий ассортимент мото- и спецтехники (от мотокультиваторов и снегоходов до мотоциклов), а также широкий ассортимент прицепов, которые, кроме того, можно взять напрокат. В будущем и эти направления найдут свое развитие. ■



Рольф: We Love parts

Дистрибуция и логистика запасных частей



В начале этого года компания Рольф объявила о децентрализации своего бизнеса. В настоящее время холдинг находится в процессе деления на отдельные самостоятельные подразделения. Причем чем дальше, тем больше независимости этим отдельным подразделениям будет предоставлено. Среди самостоятельных бизнес-направлений есть структура, которая может быть интересна всем нашим читателям. Это подразделение носит название «We love parts» и занимается логистикой и дистрибуцией запасных частей и аксессуаров.

О работе и планах этого подразделения на прошедшей недавно пресс-конференции рассказал ее руководитель Дмитрий Солдаткин.

Специфичность рынка автозапчастей и комплектующих заключается не только в гигантском количестве наименований, которые нужно очень быстро перемещать, хранить, оплачивать... У этого рынка есть еще одна черта – нет никакой нормальной официальной статистики. Поэтому анализ

каждому участнику приходится производить собственными силами, на основе своих данных и ощущений.

При анализе состояния рынка запчастей и комплектующих нами были выявлены несколько пока никем не занятых ниш. Увидев их, мы решили развиваться в этом направлении как по объемам, так и по качеству сервиса.

Одна из таких ниш – дистрибуция аксессуаров и запасных частей на новые автомобили.

Нами уже сейчас созданы семь региональных офисов и три центра продаж. Активно ведутся интернет-продажи B2B за счет создания единого информационного пространства.

Вторая из таких незанятых цивилизованным бизнесом позиций – это после гарантийное обслуживание автомобилей. У производителей никогда не доходят руки до автомобилей старше 3-х лет. Они начинают обращать на этот сектор хоть какое-то внимание только после серьезного удара в виде кризиса.

А если быть еще конкретнее, то одна из проблем этой ниши состоит в логистике и дистрибуции запчастей для автомобилей, возраст которых укладывается в вилку от 3 до 7 лет.

Эту нишу и призвано раскрывать направление We Love parts и ПДК, которое мы начали развивать с 2010 года. Качественный состав наших клиентов:

- Дилерские центры;
- Магазины запчастей;
- Интернет-магазины;
- Сервисные станции.

Причем сервисные станции для нас наиболее важны стратегически, в силу того, что на западных рынках (к которым мы рано или поздно придем, а поэтому уже сейчас стоит к ним

присматриваться и стремиться) этот сегмент занимает больше половины объемов продаж.

Для того чтобы работать с запчастями, нужно создать совершенно другой уровень сервиса. В Японии и Европе 90% запчастей поставляют в течение первых двух часов. К этой норме мы будем стремиться в самое ближайшее время. Такой срок позволяет сервисным станциям не держать практически никаких собственных складских запасов и работать со склада дистрибьютора.

А дистрибьютору нужно научиться очень быстро перемещаться в пространстве, оптимизировать свои логистические решения, денежные потоки, ассортимент и многое другое.

Мы не стали здесь изобретать велосипед: решения, подсмотренные в Европе, приняты нами на вооружение. Практически это выглядит так: создаются небольшие склады запасных частей размером 200–300–400 квадратных метров, где работают 2–3 человека, каждый из которых может делать все: продавать, возить, хранить... Это такой «универсальный солдат», который нацелен на рынок двухчасовой доступности.

Сейчас открыты три таких склада: на Севере Москвы, в Воронеже и Брянске. В ближайшее время нами будут открыты еще порядка 57 штук.

Первая приоритетная зона – это радиус 400 км от Москвы. В этой зоне мы с московского склада можем пополнять запасы региональных складов в течение одной ночи. То есть то, что было снято в течение дня, утром будет пополнено.

Вторая приоритетная зона – это 700 км от Москвы. Здесь перед нами встает более сложная задача, поскольку дороги у нас существенно отличаются от

европейских и за одну ночь не всегда можно преодолеть 700 км. Поэтому приходится придумывать различные креативные варианты.

Дальше нас интересует Урал и часть Сибири, где есть парк не праворульных машин. В этой нише мы намерены развиваться не только по объемам, но и по качеству сервиса.

Все знают, что логистические решения могут быть универсальными и отраслевыми. Сначала мы попробовали универсальные решения, обратившись к операторам-профессионалам, полагая, что они будут возить и хранить запчасти. Оказалось, что это очень дорого. Отраслевое решение сделали сначала «под себя»: для дистрибуции запчастей Мицубиши. Ошиблись с площадью, взяли склад больше, чем нужно. (Томилино – 5500 квадратных метров. Однако этот сервис оказался нужен и другим. Уже сейчас подписаны контракты с компаниями Mazda и MAN. Причем Mazda сделала нас ответственными за свой уровень сервиса – мы определяем количество товара на складе (сейчас это 25000 наименований), исходя из сервисного коэффициента и оборачиваемости. MAN просто просит возить и хранить запчасти.

В этих нишах есть куда развивать уровень сервиса как количественно, так и качественно. Но мы планируем в ближайшее время занять еще одну нишу – «Запчасти для коммерческого транспорта».

Остается только пожелать компании успехов в развитии совершенно иной, недоступной для игроков нашего рынка уровня сервиса, который даст возможность сервисам забыть о дистрибуции запасных частей и аксессуаров. ■

РОСТ АВТОРЫНКА РОССИИ В 2012 ГОДУ НЕ ПРЕВЫСИТ 5%

Эксперты утверждают, что рост российского рынка легковых автомобилей существенно сократится в 2012 году. По их убеждению он составит не более 5%.

Такой прогноз связан в первую очередь с завершением госпрограмм по утилизации автомобилей и субсидирования автокредитования. По мнению экспертов, на примере европейских стран, где

в свое время проводились подобные программы утилизации, очевидно, что так называемые эко-бонусы «оттянули» до 50% будущих коммерческих продаж. И уже в апреле 2012 года российский авторынок может ожидать падение, поскольку именно в этом месяце 2011 года начался бум продаж.

По прогнозам самые серьезные

потери предполагаются у «АвтоВАЗа» – основного участника утилизационной программы. На фоне сокращения доли LADA на автомобильном рынке у производителей массовых иномарок появится возможность улучшить свои позиции, особенно, если это авто локальной сборки. Скорее всего, KIA сможет увеличить объемы продаж благодаря новому Rio, а Renault – за счет запуска нового кроссовера Duster.

При этом вступление России в ВТО, влекущее за собой снижение пошлин на импорт новых иномарок, по мнению экспертов, значительного влияния на ситуацию на российском авторынке не окажет. Правда есть сегмент ввозимых иномарок, в котором из-за того, что покупатели в связи с ожидаемым снижением пошлин и, как следствие, стоимости временно снизят спрос, в последствии будет наблюдаться определенный всплеск.

Однако, по мнению тех же экспертов, российский авторынок, в виду своего «юного возраста», мало предсказуем. По признанию игроков этого рынка, они предпочитают основывать свою деятельность на консервативных прогнозах, но в случае увеличения спроса они обладают достаточным потенциалом для оперативного реагирования на рост продаж.

При оценке долгосрочного развития российского авторынка эксперты выражают уверенность, что в течение ближайших 3–5 лет Россия способна обогнать Германию, став лидером по продажам автомобилей в Европе. В количественном эквиваленте мнения экспертов разошлись: по прогнозам одних, «верхняя планка» роста продаж составит 3 миллиона автомобилей в год, другие выражают уверенность, что при достаточном развитии дорожной инфраструктуры рост достигнет 5 миллионов машин.



сеть магазинов КЭМП-103 в Москве и Московской области

- г.Москва, ул. Мневники, 16(499)192-53-33
- г.Москва, ул. Южнопортовая, 22(495)926-81-80
- г.Москва, Нагатинская наб., 8(495)647-78-99
- г.Москва, ул. Озёрная, 42(495)741-56-11
- г.Москва, ул. Петрозаводская, 34(495)956-49-12
- г.Щёлково, Пролетарский пр-т, 10(495)981-11-22
- Подольский р-н, с. Покров, д. 150, стр. 2.....(495)926-22-22
- г.Дубна, пр-т Боголюбова, 18.....(495)981-90-95
- г.Ступино, ул. Службина, 18.....(49664)2-42-73
- г.Наро-Фоминск, ул. Московская, 10.....(916)240-77-45
- г.Чехов, Симферопольское ш., вл.9, стр. 1...(495)287-30-27
- г.Бронницы, ул. Льва Толстого, 9.....(49646)6-81-28
- г.Воскресенск, ул. Горького, 33.....(49644)9-50-41
- г.Сергиев Посад, ул. Кооперативная, 2.....(49654)9-00-19
- г. Химки, Молодёжный проезд.....(495)984-07-93

единая справочная: (495) 926-2222, 996-0000
www.kemp103.ru

КОРЕАНА[®]

ЗАПЧАСТИ

ОПТ

РОЗНИЦА

ЗАКАЗ

ОРИГИНАЛ

НЕОРИГИНАЛ

ДОСТАВКА

zakaz@mskkoreana.ru

8-800-555-07-07

www.mskkoreana.ru

НЕДОРАБОТКИ HONDA

Honda отзывает около 10000 внедорожников в связи с опасностью утечки топлива. Дефекты обнаружены у новых автомобилей Honda Pilot и Acura MDX, сошедшие с конвейера ориентировочно со второй половины декабря 2011 по середину января 2012 года.

Производственный брак возможно угрожает безопасности этих автомобилей: при полностью заполненном баке топливо может начать подтекать. Правда зарегистрированных случаев возгорания на сегодняшний

день нет, отмечают в компании Honda. Автомобили для отзыва находятся в США и Канаде.

Наряду с этим, планируется отозвать около 40 тысяч минивэнов Odyssey, выпущенных в 2008 и 2009 годах. В этом случае причина отзыва – дефект двери багажника. И тут, к сожалению, имеются зафиксированные инциденты: это – по меньшей мере два случая, когда дверь багажника этой модели Honda падала на человека, при этом были получены травмы.



ГИБДД РАЗЪЯСНЯЕТ

В связи с резким ростом систем фото-видеофиксации на дорогах вдруг появились новые проблемы. Людям, у которых есть машина, стали приходить «письма счастья» от ГИБДД по нарушениям, которых они не совершали. В ГИБДД рассказали, как быть и что делать, если, например, камера неверно распознала номер автомобиля и квитанция пришла не тому, кто нарушил правила.

Во-первых, говорят в ГИБДД, со штрафом обязательно надо разобраться. Неоплаченный вовремя, он может сыграть дурную шутку. Если дело попало к судебным приставам, на границе

могут возникнуть проблемы. Вы не сможете покинуть страну, пока не оплатите штраф. Кроме того, ошибочный штраф даже в триста рублей будет отягчающим обстоятельством, если вы совершили более грубое нарушение, которое рассматривается в суде. Например, выехали на полосу встречного движения. С чистой водительской биографией вы лишитесь прав на 4 месяца, а с неоплаченным штрафом будете считаться рецидивистом и лишитесь прав на шесть месяцев.

Как же оспорить ошибочный штраф? Есть несколько путей. В случае, если автовладелец

не согласен с вынесенным постановлением, он может обжаловать его в течение 10 суток со дня вручения. Датой вручения считается та, когда человек пришел на почту с уведомлением о заказном письме и под личную роспись получил его на руки. Такие постановления рассылаются только с уведомлением о вручении. Как правило, на конверте стоит штамп Госавтоинспекции.

Если владелец не согласен с вменяемым ему нарушением, то он должен обратиться с заявлением в центр фото-видеофиксации. Его можно отправить почтой (желательно с уведомлением о вручении). Заявление можно отправить и через сайт 77.gibdd.ru. Там, в разделе «прием обращений» человек указывает, что получил постановление о нарушении, зафиксированном прибором фото-видеофиксации, и объясняет, с чем он не согласен.

Тем людям, которым удобно личное участие в разборе данного случая, можно прийти на прием в центр фото-видеофиксации. Когда же человеку неудобно лично приезжать в ГАИ, он в письменном обращении должен написать: «Прошу рассмотреть заявление без моего личного участия». И тогда по указанному в заявлении адресу он получит ответ из ГИБДД.

Как видно из всего вышесказанного, в любом случае человеку надо писать заявление и отправлять его в ГАИ. По телефону, указанному в постановлении, его только проконсультируют, куда ему нужно подъехать и что сделать.



автомеханика

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

ВЫСТАВКА, ДЕЛОВАЯ ПРОГРАММА
БИЗНЕС-ВСТРЕЧИ

АВТОМОБИЛЬНАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ
ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ АВТОСЕРВИСА
АВТОЗАПЧАСТИ



12 - 14 апреля 2012

ЛЕНЭКСПО, павильон 8А
www.aam.lenexpo.ru

EXPOFORUM
КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНЫЙ ЦЕНТР
2012 / 2013 /

messe frankfurt

Главный инструмент диагноста



Обслуживание и ремонт современного высокотехнологичного автомобиля, до предела насыщенного электроникой, невозможно представить без использования сканеров или как их еще называют системных тестеров.



Сегодня на российском рынке профессионального оборудования, предназначенного для обслуживания и диагностирования электронных систем автомобиля, представлено достаточно большое количество марок и моделей системных тестеров. Причем присутствует продукция не только крупнейших мировых производителей подобного оборудования, но и небольших фирм, тем не менее, добившихся в разработке и выпуске сканеров определенных успехов. Поэтому, не имея физической возможности охватить весь рынок, в этом обзоре мы расскажем лишь о наиболее, на наш взгляд, интересных и самых свежих образцах диагностических приборов.

В арсенале китайской компании Autoboss (с 2008 года в составе крупного американского холдинга SPX), как впрочем, и любой другой участвующей в обзоре, целый ряд системных тестеров. Ключевой моделью можно назвать, пожалуй, сканер V-30 позволяющий тестировать автомобили европейского, японского, корейского, малазийского, американского, китайского производства и транспортные средства, поддерживающие протоколы OBD-II. В число диагностируемых систем входит двигатель (бензиновый и дизельный), АКПП, ABS, SRS (AirBag), ESP, иммобилайзер, панель приборов, климат контроль, BAS, ADS, 4WD, подвеска (Air Matic), парк-

троник, радио, рулевое управление, центральный замок, двери, сидения, навигация и многое другое (до 100 систем).

AutoBoss V-30 довольно функциональный прибор. Он позволяет тестировать автомобили до 2010 года выпуска, просматривать Data Stream в виде графиков, поддерживать CAN-коммуникацию, сохранять результаты работы в памяти прибора и прочее. В перечне базовых возможностей: идентификация блоков управления; чтение, расшифровка и стирание кодов неисправностей; сброс сервисных интервалов;

тесты активации исполнительных механизмов; процедуры адаптации, кодирования; регулярное обновление через интернет и т.п.

Кстати, среди последних обновлений добавление и перезапись ключей для иммобилайзеров 3-го и 4-го поколения, а так же калибровка всех датчиков ABS автомобилей Honda. Для Toyota/Lexus появилась функция просмотра текущих данных на момент возникновения ошибки в блоке управления системой ABS (Freeze Frame Data), добавились порядка десяти новых систем и две модели.

В программе для автомобилей Nissan/Infiniti обновилась библиотека кодов неисправностей, для автомобилей оснащенных шиной CAN теперь есть возможность проводить процедуру обучения дроссельной заслонки, добавились 11 новых блоков управления. В программе Mercedes появились долгожданные поправки для автомобилей Vito/Viano, исправлены мелкие недочеты. Модуль Volvo пополнился новыми диагностическими функциями для автомобилей S80, C70, V50, 850, XC90, а программа Opel отныне позволяет работать с моторами Z 17 DTL, Z 20 LEL, Z 20 LER, Z 22 YH и КПП AF 22-4 и МТА(Easytronic).

Прибор полностью русифицирован (что могут предложить далеко не все системные тестеры). Это, согласитесь, значительно упрощает взаимодействие оператора с устройством.

Британские приборы Autologic напротив ориентированы не на широту охвата по моделям, а на, если можно так выразиться, глубину проникновения в электронный мозг автомобиля. Их преимущество в том, что они были разработаны специально для дилерских сервисов, чтобы заменять основной – «фирменный» – сканер, поскольку Autologic имеет гораздо меньшую себестоимость. Доступность такого системного тестера в свободной продаже дает возможность независимым сервисам осуществлять все дилерские функции вне зависимости от официального дилерского центра. Спектр обслуживаемых моделей достаточно широк: BMW, Mercedes-Benz, Jaguar, Land Rover, Volvo, Porsche, VAG, Rolls-Royce, Renault, PSA.

Autologic – портативный сканер с сенсорным дисплеем, позволяющий осуществлять полную диагностику автомобилей вне зависимости от кузова и года выпуска. Функциональные

возможности сканера различаются в зависимости от диагностируемой марки и модели транспортного средства.

Bosch – один из крупнейших мировых производителей диагностического оборудования – избрал своей стратегией массовость, доступность и многофункциональность. Компания представляет, по всей видимости, самый широкий модельный ряд системных тестеров, максимально удовлетворяющих потребности автосервисных предприятий. Среди последних новинок появившийся сравнительно недавно мультимедийный системный тестер KTS 340 с предустановленным программным пакетом ESI[tronic], покрывающим по утверждению разработчиков более 230 000 модификаций ТС.

Прибор русифицирован, имеет цветной сенсорный экран диагональю 8,4", прочный и удобный корпус с обрезиненными краями. В сканере присутствует весь необходимый «инструментарий» для диагностики неисправностей. Поэтому он оптимален как для специализированных автосервисов и экспресс-сервисов, так и в качестве «второго сканера» для мобильного применения в больших сервисных центрах.

Огромное подспорье в работе – продуманное программное обеспечение, содержащее инструкции по поиску причин неисправностей, а также информацию по обслуживанию автомобилей и подсистем.

Другой интересный сканер от Bosch – KTS 200. Это портативный энергонезависимый системный тестер, работающий с любыми электронными системами управления автомобиля (система управления двигателем, АКПП, АБС, подушкой безопасности и т.д.). Он оборудован встроенным мультиплексором и ISO-CAN адаптером. Покрывает более 70 марок автомобилей. Обновление загружается в несъемную память тестера через USB-разъем.

Особенностью интерфейса являются два варианта формата предоставления данных и функциональной навигации:

- систематизация по блокам управления;
- систематизация по типу сервисной операции, задействующей блоки управления (тормоза, двигатель, колеса и т.д.).

Это делает интерфейс понятным и простым для пользования не только высококвалифицированными диагностами, но и специалистами по сервисным операциям.

Тестер подходит для экспресс-диагностики на приемке; операций техобслуживания (замена масла, сброс интервалов, адаптация и т.д.); работы в режиме выездной техпомощи; специализированного сервиса (шиномонтаж, кондиционеры, установка дополнительного оборудования); оценки автомобилей по системе trade-in в дилерских автосалонах.

Сканеры Carman Scan наверняка хорошо известны российским диагностам. Не так давно в линейке корейского производи-



теля системных тестеров появилась новинка – Carman Scan AT. Это диагностический прибор четвертого поколения с жидкокристаллическим графическим дисплеем и USB-портом. Сканер является более совершенной версией популярного Carman Scan Lite.

В списке тестируемых автомобилей около 50 европейских, американских и азиатских марок, у которых Carman Scan AT может проверить все электронные системы и электрические цепи: ENG, ENG-2, BM/GM, EA, CCS, TCS, ISC, ESCM, IFI/ERE, ELR, EDS, ABS/ETS/ASR, AIRBAG/ETR (SRS), A/T, BAS, ADS, ASD, SPS, 4WD, RB, RST, A/C, IMMO, EPS, ECS, AHLS, AAC, FWDS, FFH, KCS и др.

Помимо базовых функций, включающих кроме основных такие важные, как программирование, кодирование и прописка ключей, имеется возможность подключения к стандартному компьютеру (обработка результатов измерений), подключения дополнительного оборудования через разъем USB, вывода информации на принтер (стационарный, переносной).

Теха – еще один крупный производитель диагностического оборудования. В одном из номеров нашего журнала мы уже рассказывали о новом флагмане модельной линейки этой итальянской компании – AXONE 4. Не меньшего внимания заслуживает и AXONE Direct – практичное решение «все в одном», объединяющее простоту классического прибора с кабельным подключением и широкие возможности современного портативного устройства с сенсорным экраном.

AXONE Direct может выполнять все диагностические проверки на основе стандартных функций программного обеспечения IDC4 Pocket. Это не потребует никаких дополнительных модулей, хотя необходимо непосредственное подключение к диагностическому разъему транспортного средства.

AXONE Direct поставляется вместе с кабелем, который при оснащении специальными адаптерами для отдельных брендов и моделей, позволяет коммутироваться с любым транспортным средством, включая легковые автомобили, микроавтобусы, мотоциклы, скутеры, квадроциклы или даже водные мотоциклы.

Более того, AXONE Direct подразумевает оснащение модулем Bluetooth, который совместно с анализаторами вредных выбросов OPABOX или GASBOX позволяет проводить плановые или сертификационные проверки согласно законодательным нормам по загрязнению окружающей среды для любой страны. ■





CARGLASS: дарящие уверенность

Все без исключения автомобилисты сталкиваются с повреждением стекол своей машины. Статистика говорит, что в наших условиях лобовое стекло автомобиля в среднем живет не более 5 лет. Ремонтировать сколы и трещины приходится и того чаще. Поэтому было бы очень странно, если автосервисный рынок до сих пор не предложил бы владельцам автомобилей «стеклянные» услуги. Действительно, отремонтировать или заменить лобовое стекло в нашей

стране можно как в дилерских или универсальных сервисах, так и в специализированных независимых установочных центрах. В последнее время появился еще один вариант – обратиться к специалистам установочного центра, принадлежащего международной компании, для которого эти виды работ являются профильными, например, Carglass.

«Стеклольные работы» в каждой из этих точек имеют свои особенности.

Ремонт стекла в техцентре

Конечно все техцентры разные, но в отношении ремонта и замены стекол у них есть много общего. Работы со стеклом для них это не профильная технология. Она не пользуется особой популярностью среди персонала крупных сервисов, потому что, как сказал один из них: «Возни много, а доход не велик».

Поэтому, несмотря на то, что авторизованные дилерские техцентры вынуждены держать специалиста, кото-

рый обучен ремонтировать и менять стекло, у него работы со стеклом, как правило, стоят на втором плане, являясь второй специальностью. Поэтому приходится сталкиваться как с недостатком опыта, так и с загруженностью специалиста на других работах.

Кроме того, серьезного склада стекол универсальные сервисы обычно не держат, а заказывают его только, когда уже поступила заявка на замену. При замене стекла часто можно

встретить такой метод работы: отдел приемки набирает за целый день достаточно много машин с поврежденным стеклом, вечером, когда подвезут заказанные стекла, их меняют у всех по очереди, а утром отдадут машины клиенту. В результате машина может «застрять» в сервисе на сутки и даже больше. Может даже так «повезти», что, несмотря на запись, даже ремонта скола стекла придется ждать довольно долго, потому что специалист занят на других работах.

Вывод: услугами авторизованного или универсального центра стоит пользоваться, если условия гарантии не позволяют обратиться в другой установочный центр или замена стекла выполняется заодно с целым букетом других работ.

Ремонт стекла в независимой установочной мастерской

Такие мастерские весьма не однородны по уровню оснащенности, по используемым технологиям, по квалификации специалистов.... часть из них ориентируются на обслуживание подержанных иномарок, поэтому держат уровень «Низкая цена». Они могут использовать устаревшую технологию ремонта, применять самый дешевый клей для вклейки стекла, бытовые (а не специализированные) очищающие препараты, экономить на перчатках, инструменте и прочих «мелочах».

В результате, могут остаться видны следы ремонта сколов, а степень общей безопасности машины оставаться под вопросом, поскольку достаточно ли прочность клеевого шва, чтобы удержать подушку безопасности в критической ситуации, никто не знает. Стекла на самые распространенные модели автомобилей обычно есть в наличии в мастерской или могут быть быстро подвезены поставщиком. Однако качество этих стекол может тоже вызывать вопросы.

Ремонт сколов обычно делают довольно быстро, а применение дешевых устаревших марок клея

требует продолжительной выдержки машины после замены. Это может задержать машину в мастерской на значительное время.

Вывод. В таких мастерских можно менять стекла на машинах преклонного возраста, не оснащенных подушками безопасности, и ремонтировать стекла в местах, не мешающих обзору водителя.

Есть установочные центры, которые не так вольно обращаются с технологией и расходными материалами, где можно получить довольно качественно выполненную услугу. Но, тем не менее, трудно до конца быть уверенным в квалификации мастера, и далеко не факт, что будет подобран оптимальным образом клей, подходящий к конкретному автомобилю. Замена стекла, при самом плохом стечении обстоятельств, может понизить степень безопасности автомобиля – стекло не удержит подушку безопасности в самый важный для жизни водителя момент.

И главное, такие мастерские не несут никакой ответственности за последствия своего ремонта. Никакие претензии, кроме протекающего шва, руководством таких мастерских обычно к рассмотрению не принимаются.

Ремонт стекла в специализированных установочных центрах CARGLASS

Установочные центры, работающие под брендом CARGLASS, демонстрируют наиболее ответственный подход к делу. Они принадлежат мировому лидеру – компании Belron, которая направляет все свои ресурсы (очень не малые ресурсы) на выполнение одной задачи – ремонта или замены поврежденного стекла.

Технология и инструмент

Компании-гиганту, предоставившему в прошлом году свои услуги 11,7 млн. автомобилистов по всему миру, вполне по плечу содержание отдельного исследовательского и опытно-конструкторского центра Belron Technical, который постоянно внедряет самые современные наработки и знания, использующиеся затем специалистами установочных центров в практической работе. Поэтому на вооружении всех установочных центров принята единая современная технология, гарантирующая прочность клеевого шва, достаточную для любых типов автомобилей и обеспечивающая практически полную незаметность места ремонта скола.

Квалификация специалистов

За последние 20 лет площадь остекления среднего автомобиля увеличилась на 20%, причем стекло стало тоньше на 10%. Сами стекла становятся все более дорогими, поскольку в них интегрируются или на них устанавливаются все больше и больше дополнительных элементов.

Это приводит к тому, что для замены стекол приходится использовать все более и более сложные технологии. А сами работы со стеклом становятся все более и более специализированной деятельностью, требующей развития навыков своих сотрудников.

Компания Belron сама обучает своих сотрудников. Здесь можно быть уверенным, что к автомобилю заказчика будут допущены только люди, прошедшие базовый курс подготовки и подтвердившие свои знания и умения в ходе испытаний.

Компания дорожит подготовкой своих специалистов и поощряет наиболее опытных, знающих и умелых. Отбор лучших из лучших среди них производится на конкурсах профессионального мастерства. Российский финал одного из них недавно прошел в Москве.





Стратегия компании

Специалисты компании всегда исходят из того, что ремонт лучше замены или ремонт – всегда, когда это возможно, а замена – когда это необходимо. Поскольку компания, являясь лидером отрасли, использует новейшее, максимально эффективное оборудование, позволяющее производить высококачественный ремонт, сохраняющий прочность стекла, то всегда начинают именно с ремонта. Такой подход имеет массу достоинств и, прежде всего, он экономит время и деньги заказчика, поскольку ему не надо будет платить за новое стекло, и время ремонта всегда меньше времени замены. Современная, причем в сравнении с мировыми достижениями, технология позволяет осуществить совершенно незаметный ремонт скола всего за 30 минут. Своевременный ремонт скола до возникновения трещин предупреждает дорогостоящую замену.

Технические возможности

Компания берется за ремонт или замену стекол любого типа для автомобилей любого производителя, любой модели и года выпуска. Считается принципиально важным иметь возможность каждому установочному центру предложить высокока-

чественную услугу владельцам абсолютно любых автомобилей. Технические условия для этого (в том числе благодаря фактам, изложенным ранее) всегда существуют.

Гарантии и ответственность

На все виды работ, произведенных в установочных центрах, дается бессрочная гарантия (до окончания жизненного срока автомобиля). Причем благодаря сертификации ремонта в рамках ISO 9001 – 2000 условия гарантии принимаются всеми страховыми компаниями.

В установочных пунктах для замены используют стекла, изготовленные по стандартам оригинального оборудования, оригинальные или других производителей, но точно такие же по своим параметрам как то стекло, которое меняют. Поэтому ремонт не влияет на стоимость КАСКО при его пролонгации. Более того, страховые компании (партнерами CARGLASS уже стали все крупнейшие российские страховые компании) при наступлении страхового случая, связанного с повреждением стекла, сами направляют своих клиентов в установочные центры CARGLASS.

Ориентированность на клиента

В России сеть установочных центров CARGLASS постоянно развивается. В любом из них владельцу автомобиля будет оказана квалифицированная помощь в день обращения. Действуют все виды интерактивной связи с клиентом – телефон, интернет...), позволяющие осуществить предварительную запись, выбрать наиболее удобно расположенный установочный центр, получить информацию о сроках и цене ремонта.

Время выполнения работ обычно фиксировано: ремонт длится около получаса, а замена лобового стекла – час, еще один час требуется для выдержки автомобиля, после чего он может быть выдан владельцу для эксплуатации. Быстрее в России

не сделает никто.

Важная особенность: в арсенале инструментов мастера-установщика есть пылесос, и в обязанность специалиста после проведения ремонта входит уборка салона машины. (Практически во всех других случаях «следы посещения» мастера приходится устранять самому владельцу).

Какой из всего этого напрашивается вывод?

Человек, приобретая автомобиль, обычно понимает, что за ним придется ухаживать, и закладывает на это в свой бюджет определенную сумму. Но все чаще люди несут свои деньги только туда, где к владельцу и его автомобилю отнесутся наиболее профессионально. В установочных центрах CARGLASS сделано для этого все возможное. ■

САМЫЕ ВОСТОЧНЫЕ И ЗАПАДНЫЕ АВТОМОБИЛИ ОКАЖУТСЯ ВНЕ ЗАКОНА



Похоже, в правительстве решили поставить точку в длительных спорах о «японцах» с правым рулем и «американцах» с красными сигналами поворота. Уже в начале лета вступит в силу новый технический регламент, согласно которого указанные автомобили окажутся «вне закона». По мнению экспертов, никакие санкции на нынешних владельцев автомобилей распространяться не будут и сложностей не возникнет до тех пор, пока авто не будет переформлироваться. Снять или поставить на учет такой автомобиль по новому техрегламенту будет невозможно. Причем, если некоторые американские модели можно переоборудовать на «легальный» манер, то с японским правым рулем уже ничего не поделаешь.



Принятие нового технического регламента «на руку» иностранным производителям, особенно активно его поддерживают компании, выпускающие недорогие автомобили близкие по цене подержанным автомобилям бизнес-класса из Японии и США.

При этом, по словам специалистов автомобильного рынка, в скором времени в Россию будут импортироваться европейские машины только среднего и премиум-класса, бюджетные автомобили будут российской сборки.

Аналогичный удар нанесут владельцам самых западных и самых восточных автомобилей в Беларуси и Казахстане – техрегламент одинаково действует во всех странах Единого таможенного союза.



Ваш **ВЫГОДНЫЙ** сервис



- ✓ Экономия при ТО до **35000** руб
- ✓ Сход развал **1125** руб
- ✓ Диагностика **800** руб
- ✓ Шиномонтаж за **1320** руб
- ✓ Хранение шин



99-525-99

142770, Московская обл.,
пос. Газопровод, Калужское шоссе

В США ПРОЙДУТ КРАШ-ТЕСТЫ АВТОКРЕСЕЛ ДЛЯ ДЕТЕЙ 8 – 12 ЛЕТ

В ближайшее время в США протестируют автомобильные кресла для детей старшего возраста (8 – 12 лет). Национальная администрация безопасности дорожного движения США (NHTSA) решила расширить диапазон тестов безопасности детских автокресел: до сих пор они проверялись исключительно для детей до 8 лет.

Специально для этих тестов был изготовлен манекен. Ростом он выше прежнего, весом 36 кг – это на 6 кг тяжелее, используемого ранее манекена для тестирования автокресел, рассчитанных для детей младшего возраста.

И хотя сама идея краш-тестов с участием детских манекенов не нова: подобные тесты начали проводить еще с 1979 года (проверялось оборудование для детей в возрасте от полугода до трех лет, а чуть позже и для детей до восьми лет), безопасность поездок в автомобиле в специализированных креслах для детей старшего возраста проверяется впервые.



Компания FEBI (Ferdinand Bilstein GmbH + Co.) основана в 1818 году, однако привычное название компания получила в 1844 году с образованием фирмы Bilstein, которая специализировалась на обработке металла. Спустя много лет компания выбилась в лидеры по производству комплектующих для автомобильной промышленности. Впоследствии владельцы разделили ее на два самостоятельных направления: фирма Августа Бильштайна – один из крупнейших в мире производителей амортизаторов, а деятельность корпорации Фердинанда Бильштайна, широко известной в мире под маркой FEBI, делится на три подразделения, основным из которых является производство автомобильных запасных частей. Также компания выпускает компоненты для промышленного оборудования и бытовой техники и занимается изготовлением автотехники.

Автомобильная продукция FEBI на сегодняшний день поставляется в 130 стран мира и превышает 17000 наименований, среди которых: рычаги подвески и шаровые опоры, рулевые рейки, рулевые трапеции, тяги и наконечники, детали ДВС, ролики натяжения ремня ГРМ, детали систем впуска, охлаждения и топливной системы, тормозные диски и ступицы, опоры двигателя и коробки передач, ремкомплекты приводов и муфты карданных валов, датчики, в том числе давления масла и температуры охлаждающей жидкости, пневматические баллоны, крепежные элементы, включая болты крепления колес, технологические жидкости. Отличительными чертами продукции FEBI являются совершенная конструкция и исполнение, высокие технические характеристики, разумная цена. Девиз компании FEBI очень простой – всегда только высшее качество. Это позволяет отнести продукцию FEBI к категории товаров профессионального уровня.

Производство автомобильных комплектующих сосредоточено в Германии и располагается на общей площади 8 тыс. м². Центральный офис находится в г. Эннепелаль.

В компании трудятся около 1000 человек. В представительствах во Франции, Англии, Италии имеются крупные склады продукции. Отделения фирмы есть также в Сингапуре, Шанхае, США. Компания FEBI – пионер по внедрению компьютерных систем управления производством: полное компьютерное управление складским хозяйством и самое современное производственное оборудование для изготовления деталей. Поставщик на конвейеры Mercedes Benz, DAF.

В Россию FEBI поставляет полный спектр продукции для любых автомобилей европейского производства. Основной ассортимент – это детали двигателя, коробки передач, кузовные детали, детали переднего и заднего моста, детали подвески, прокладки, детали тормозной системы, а также электрооборудование. Представлены также расходные материалы и прочие мелкие детали: уплотнительные кольца, гайки, масла, жиры, антифриз и тормозные жидкости, стекла, винты, стопорные кольца и пружинные шайбы, шплинты, штифты. Широкий выбор продукции FEBI позволяет сократить число торговых марок в продаже любого магазина, при этом максимально наполнив ассортимент.

Гарантией качества производимых изделий служит сертификат системы TUV в соответствии с требованиями стандарта DIN ISO 9002.

АВТОМИР

ТРАНСПОРТНАЯ ЛОГИСТИКА

Специализированная выставка автомеханики, комплектующих, оборудования, транспортных средств и логистических услуг.

24-27 мая 2012

Новосибирск

При поддержке:



Представительство
Президента РФ по Сибирскому
Федеральному округу



Ассоциация международных
автомобильных перевозчиков



Союз транспортных,
экспедиторских и
логистических компаний
Сибиря



Мероприятия в рамках выставки

- **Круглый стол «Законодатели предлагают»**
- **Круглый стол «Автомобильные стоянки в условиях современного города»**
- **Практический семинар «Системы безопасности»**
- **Сибирский форум «Транспорт и логистика - 2012»**
- **Конкурсы «Лучший автомеханик» / «Мастер воздушной кисти»**

Партнёр деловой
программы выставки:

MEDIA CENTER
REGION

Место проведения выставки:
Центр Международной Торговли
Адрес: 630049, Новосибирск,
Красный проспект 220/10
Остановка: «Сибирская Ярмарка»

www.itcsib.ru

Офис организатора: Центр Международной Торговли
Адрес: Новосибирск, Ленина 21/1 к. 1, 4 этаж, офис 4
Телефон: +7 (383) 319-45-45, +7 (903) 904-88-55
Руководитель проекта: Татьяна Кирясова
E-mail: Kiryasova@itcsib.ru

Уютно, как в своем доме...

Для более полного знакомства читателей с продукцией японской фирмы Коиои – производителя автомобильной парфюмерии – мы предложили ответить на несколько вопросов руководителя фирмы – ХАГА Теруёши.

Беседовала Н. Елисеева

– Уважаемый, ХАГА Теруёши, расскажите, пожалуйста, историю возникновения вашей фирмы. Когда она создавалась? Кому принадлежит идея? Почему вы выбрали сферу парфюмерии для автомобиля?

– По моему наблюдению, в 2010 году доля автомобильных ароматизаторов или, как их часто называют – автопарфюмерии, являющихся одним из видов автоаксессуаров, в общем объеме мирового рынка составила не более чем 20 миллиардов долларов.

Эта цифра говорит о том, что рыночная доля этого автомобильного аксессуара до сих пор не претендует на уровень серьезного предпринимательского сегмента в мировом масштабе, поэтому до сих пор не притягивает большого бизнеса в свою сферу. Несмотря на то, что в нынешнем году предсказывается рост отрасли автопарфюмерии на мировом рынке, я предполагаю, что сумма не превысит 40 миллиардов долларов.

В настоящее время японские производители имеют достаточно большую долю в этом сегменте рынка, в этой связи можно заметить, как у этих производителей

постепенно слабеет мотивация для развития новых видов, и рынок заполняется товарами повторяющегося облика, похожими друг на друга, что выявляет очевидную причину неудовлетворенности потребителей развитых стран таких, как Япония.

В сравнении с существующими на мировом рынке производителями автопарфюмерии мы сторонники индивидуального подхода: в нашем ежегодном производстве более двадцати новых уникальных моделей для удовлетворения самого высокого потребительского спроса, и это является основой концепции нашей компании.

– Известно, что каждый владелец хочет ощущать в своем автомобиле не запах пластмассы, резины или сигарет, а приятный аромат. Какие виды парфюмерии для салона наиболее популярны, пользуются спросом?

– Эти аксессуары делятся по назначению и по составу. По общему назначению существует четыре основных типа, названных по месту расположения в салоне автомобиля: на дефлектор, на приборную панель, подвесной и под сиденье. А по составу материала делятся на гелевые, меловые и жидкие виды. Как правило, высоким потребительским спросом пользуются дешевые ароматизаторы подвесного типа с жидким составом или более дорогая автопарфюмерия с жидким составом, предназначенная для приборной панели.

– Какие ароматы, по вашему мнению, предпочитают мужчины? А какие ароматы нравятся женщинам?

– Для меня, кабина автомобиля это частное пространство самого владельца. Поэтому при

производстве нашей продукции мы преследуем важную цель, чтобы водитель с нашей автопарфюмерией и ароматизаторами мог расслабиться и почувствовать себя уютно, как в своем доме или даже в своей комнате. Обновленная концепция позволяет нашей компании предложить уже в 2013 году новую линейку продукции, где мы делаем больший акцент на персональные предпочтения и вкусы к ароматам, чтобы она отличалась от примитивных разделений интересов потребителя, например, по гендерным признакам или, скажем, по некоторым слоям населения.

– Зимой приятно согреться насыщенными ароматами мускуса или корицы, что из вашей продукции вы посоветуете для этого времени года? А какие ароматы предпочтительнее для лета?

– Да, выбор потребителями ароматов обычно меняется с изменением времени года или погоды, но это не все. Не менее важно то, что предпочтения к некоторым ароматам автопарфюмерии определяются душевным состоянием или настроением человека в своем автомобиле. Это самый трудный, но очень важный качественный фактор аромата, который непосредственно связан с повседневной жизнью водителя и имеет прямое влияние на всех, кто находится в салоне автомобиля. Поэтому, наша задача не в том, чтобы маскировать или избавляться от неприятных запахов в салоне с помощью автопарфюмерии, а чтобы ароматы создавали уют, приятную атмосферу, чтобы сидящие в кабине могли расслабиться хотя бы на то время пока доедут до места назначения.

– Какой из ваших продуктов предпочтительнее, если в салоне автомобиля находятся дети? Безопасна ли ваша продукция для детей?

– Естественно, когда идет речь об автопарфюмерии надо серьезно относиться к ее непосредственному влиянию на здоровье потребителя, окружающей среде и, особенно, малолетних детей, которые часто бывают в кабинах с родителями. Наша компания очень высоко ценит все, что дано природой. Все, что мы производим под нашим брендом, олицетворяет природу в смысле духовности человека с рождения, его стремления к здоровому образу жизни, близость к природе и переживания светлых моментов в жизни со своими близкими. Наши японские партнеры, которые уже много лет работают над высокотехнологичными приборами, создали нам возможность получить рафинированные ароматы с высокими стандартами.

– Что вы можете сказать о дизайне вашей продукции?

– Мои старания привлечь внимание аудитории к ароматам нашей продукции не означают, что мы работаем только над парфюмерной композицией. Другая важная цель это дизайн и внешний вид каждой модификации автомобильной парфюмерии. Мы стараемся, и будем стараться, чтобы внешняя красота и расположение любого нашего товара в салоне автомобиля могли вызывать чувство комфорта и демонстрировать оригинальный вкус и выбор покупателя.

– Для россиянки японская парфюмерия всегда была экстраординарной и очень притягательной. Сохранили ли вы в вашей продукции японские традиции и очарование?

– Наш бренд создавался для того, чтобы быть признанным потребителями в глобальном рынке. Поэтому мы обращаем внимание на каждый регион: климат и культуру любой страны мира. Несмотря на такой интернационализм, у нас есть в каталоге 4 модели, представляющие традиционный облик японского народа. В будущем мы надеемся, что сможем совместить разные культуры и ценности в нашей производственной деятельности, поэтому я очень доброжелательно отношусь к мнениям и пожеланиям наших партнеров из разных регионов мира. Пользуясь моментом, хотелось бы узнать у аудитории журнала, каковы их предложения в адрес нашего бренда, чтобы Русские автолюбители признали Kouou как «свой» бренд.

– *В чем вы видите основные преимущества вашей продукции?*

– Все о чем я говорил, отвечая на вопросы, и является нашим преимуществом, делает нашу

продукцию конкурентоспособной: высокое качество, постоянное стремление к совершенствованию, новейшие технологии, экологичность, индивидуальный подход. И еще я смею надеяться, что наша автопарфюмерия по сравнению с продукцией многих брендов, представленных на мировом рынке, доставляет ощущение приятной роскоши и наслаждения от внешнего дизайна и, самое главное, аромата.

– *Что помимо высокого качества вы можете предложить клиентам в России? Для бизнесменов очень интересны стоимость и условия доставки.*

– Надо осознавать, что мировая экономика растет незамедлительно и очень быстро улучшается покупательная способность обычных людей. Сегодня становится трудно различить ту дистанцию между богатым и бедным, которая была 20–30 лет тому назад. Если тогда мы очень редко видели иномарки на дорогах, то сейчас многие автолюбители

едят на таких роскошных автомобилях, как Мерседес, БМВ и Лексус. Исходя из этого, мы не различаем покупателей по признаку ценовых предпочтений, основным критерием становится соответствие дизайну машин, на которых сегодня многие ездят, то есть те же Мерседесы, БМВ и Лексусы. В России тоже значительное число автолюбителей ездят не таких же машинах и то, что мы хотим реализовать в наших моделях автопарфюмерии, думаю, понравится Российским автолюбителям. Относительно доставки, мне думается, что услуги логистики достаточно развиты в современном мире и с этим не будет проблем. Ценовая политика нашей компании достаточно лояльна к потребителю, в линейке нашей продукции есть как недорогие модели простого исполнения, так и автопарфюмерия класса «люкс».

– *Планируете ли вы в ближайшее время выпуск новой продукции специально для россий-*

ского рынка? Это будет новый дизайн или в вашей коллекции появятся новые ароматы?

– Действительно, вы задали очень важный вопрос. Наш интерес к российскому рынку имеет долговременный характер. Но для начала, мы хотим скорее «проникнуть» на рынок и узнать побольше об интересах русских пользователей автопарфюмерии. Это необходимо для того, чтобы создавать новые модели и их дизайн, основываясь на оценке нашей продукции потребителями и реакции на наш бренд в России.

Разрешите мне заранее поблагодарить многоуважаемых читателей вашего журнала от своего имени, как руководителя компании, и от имени всех сотрудников и рабочих.

И пользуясь моментом, еще раз хочу подчеркнуть, что мы всегда опираемся на ваше мнение и развивается с вами шаг за шагом! ■

С Уважением, ХАГА Теруёши

www.kouou.co.jp

ЯПОНСКАЯ АВТО ПАРФЮМЕРИЯ



Kouou

Kouou Co., Ltd.

5F Marukei bld., 2-29-11, Asakusabashi,

Taito-ku, Tokyo, Japan Zip111-0053

Tel.: 81-3-5809-1968

81-80-1042-5777 (обращайтесь на русском языке)

Fax: 81-3-5809-1939

E-mail: info@kouou.co.jp





Второе зрение

Кому из автомобилистов не знакома следующая ситуация: темное время суток, стекла машины грязные или в снегу, места на парковке практически нет, машина высокая – мелкие препятствия не видны, света от ламп заднего хода недостаточно, а тут еще позади внезапно возник ребенок... Вам просто необходима парковочная система!

Елисей Носов

По сути, парковочные системы делятся на два различных класса: парковочные радары (парктроники) и камеры заднего вида. Большинство современных автомобилей иностранного производства оборудованы парктрониками в заводской комплектации, на некоторых установлены и камеры заднего вида. Но если ваш автомобиль отечественного производства или иномарка, выпущенная

ранее или в комплектации которой не предусмотрено подобное оборудование, приобрести и установить парковочную систему не составит особого труда – предложение в этом сегменте автомобильных аксессуаров велико.

Парковочные радары

Скорее всего, парковочные радары в России стали известны как парктроники по названию торговой марки Parktronic, соответствующей системы автомо-

билей Mercedes-Benz. Немецкие марки BMW и Audi предпочитают название на немецком языке – Parkassistent. Также используется аббревиатура APS – Audi Parkassistenzsysteme (нем.) или Audi parking system (англ.). В любом случае, общепринятое слово «парктроник» обозначает оборудование различных производителей, которое по принципу работы представляет собой сонар (использует звуковые волны). В системе применяются ультразвуковые датчики-из-



способ оповещения (голосовой, визуальный, звуковой или совмещенный), конструкция индикатора и место его установки в салоне.

Два или восемь?

Итак, в парктрониках встречается различное количество датчиков. От их числа зависит и стоимость самого парковочного радара, и стоимость установки. Датчики-излучатели устанавливаются и на задний бампер, и на передний, в зависимости от пожелания автовладельца.

Два датчика в задний бампер (задний парктроник) устанавливаются, пожалуй, только на маленькие автомобили. Это самый дешевый и редко применяемый вариант, так как велика вероятность, что объект находящийся посередине бампера попадет в мертвую зону и не будет обнаружен. Оптимальной считается установка в задний бампер трех или четырех датчиков парковки. Нужно учесть конструктивные особенности и дополнительное оборудование автомобиля, чтобы датчик не среагировал, например, на запаску внедорожника как на препятствие. Впрочем, существуют парктроники, в настройках которых есть возможности, отличающие реальные препятствия от собственных неподвижных деталей автомобиля

Если в комплекте парктроника шесть датчиков, то два датчика размещают по краям переднего бампера, а четыре – на заднем. Во время движения автомобиля задним ходом такой парковочный радар сообщит и о препятствии спереди. Если всего восемь датчиков, то в передний бампер устанавливают четыре, но принцип действия тот же. В системах с датчиками в переднем бампере включение происходит при скорости движения вперед до 20 км/ч или после нажатия тормоза. По желанию водителя можно установить дополнительное включение/выключение переднего парктроника. Датчики заднего парктроника подключаются к цепи лампочек заднего хода. Передние, как правило,

подсоединяются к проводам стоп сигнала или посредством дополнительного выключателя.

Различаются датчики парковки и по способу установки. Самые распространенные – врезные. Их устанавливают в отверстия, просверленные в бампере, соответствующей по диаметру фрезой, которая всегда есть в комплекте. Не портят внешний вид автомобиля и отличаются герметичностью. Как правило, производители парктроников предлагают датчики двух цветов: черного и серебристого, но есть датчики, рассчитанные под покраску, правда, здесь возникает вопрос точного подбора оттенков.

Гораздо реже применяют накладные датчики парковки, которые просто приклеиваются к бамперу. И практически ушли в прошлое подвесные датчики, крепившиеся на кронштейне под задним бампером.

Существуют парковочные радары, в которых вместо датчиков с внутренней стороны бампера клеится металлизированная лента. Такой вид парктроников (ленточные

парктроники) очень популярен в Америке и Европе, в основе их работы лежит создание электромагнитного поля в районе бампера, в случае появления любого предмета в этом поле парктроник подает сигнал. Однако, в России, несмотря на необходимость сверления бампера, предпочтение отдается ультразвуковым датчикам.

Звуковой или визуальный?

Парковочные радары комплектуются звуковыми (как вариант, голосовыми), визуальными или комбинированными индикаторами оповещения водителя.

Если парктроник имеет только систему оповещения звуком (бипер), первые сигналы опасности система начинает издавать на расстоянии 1–2 м (в зависимости от модели), звуковые сигналы при этом достаточно редкие, а при расстоянии до препятствия 0,2–0,3 м издается непрерывный звук. В системах, где датчики установлены и спереди, и сзади может подаваться два разных по тональности сигнала. Некоторые парковоч-

лучатели, электронный блок, устройства индикации и звукового оповещения.

Сам принцип работы можно сравнить с тем, как перемещается в природе летучая мышь или же с эхолотом: датчик-излучатель посылает ультразвуковой импульс (около 40 кГц), затем, получив отраженный сигнал, электронный блок оценивает временной интервал между отправкой и возвращением сигнала, тем самым вычисляя расстояние до предметов, в случае опасной близости объекта к автомобилю водителю подаются звуковой или световой сигналы.

Существует множество моделей парковочных радаров у различных производителей. Основные отличия: количество ультразвуковых датчиков парковки (от 2 до 8 датчиков),



ные радары сообщают о приближении препятствия голосом, но тут возникают и казусы: если прибор китайского производства, то можно услышать оповещение на китайском языке.

В этой категории хотелось бы привести пример – парктроник Parkvision PPS-101. У модели имеется звукоизлучатель с изменяемой громкостью сигнала, 4 водостойких датчика с разъемными соединениями для удобства монтажа и демонтажа, температурный режим от -30°C до +70°C, возможность изменения чувствительности датчики, система самодиагностики, дистанция обнаружения препятствий от 0,4 до 1,5 метра. Звуковой индикатор крепится в задней части салона автомобиля, отсутствие дисплея делает возможной скрытую установку, в комплект включена фреза. Возможны два цвета датчиков: черный и серебристый. Стоимость от 1500 рублей.

Очень разнообразное исполнение у визуальных индикаторов. Это может быть светодиодный индикатор на три цвета: сначала это зеленый, по мере приближения препятствия – оранжевый, красный цвет – опасность, необходимо остановиться. (Парктроник AcumenCRE-III стоимостью от 1200 рублей).

Следующий вариант – светодиодный дисплей (3- или 4-цветный) с двумя шкалами (позволяющими определить с какого борта автомобиля препятствие) и указанием расстояния в метрах (как правило, от 0,3 до 2 м). Парктроники такого вида множество у различных производителей: ParkMaster, Sho-me, Cobra, Med, Challenger, Parkcity, Ultravox, Legendford и мн. др. Разброс цен самый разнообразный: от 1200 до 6000 рублей.

Более сложные парковочные радары включают в комплект многоцветные ЖК-дисплеи, на которых видны очертания кузова, препятствие и расстояние до него. Существуют парктроники, на дисплеях которых (естественно, не во время парковки) отображается

полезная информация: дата, время, температура. Производители предлагают зеркала заднего вида со встроенным индикатором или дисплеем, сообщаемым расстояние до препятствия (устанавливается поверх штатного). В этой группе парктроники в зависимости от оборудования стоимость комплекта может дойти до 8000 рублей. Отдельного разговора заслуживают парктроники, установленные совместно с камерами заднего вида, но об этом чуть позже.

Для любого вида индикатора предназначено определенное место: приборная панель, заднее стекло, задняя полка, потолок в задней части, зеркало заднего вида. Практически все индикаторы и дисплеи последнего поколения комбинированные (со звуковым сигналом).

В связи с возросшим спросом неудивительно, что на российском рынке представлены парктроники множества производителей, перечислим самых популярных: Bosch, MED, Parkmaster, Steel mate, Sho-me, Parkcity, Falcon, Cobra, Acumen, Phantom. Поговорить о характеристиках и преимуществах определенных моделей в рамках одной статьи проблематично. Для начала нужно определить-

ся, какой вид парковочного радара вам нужен, и поскольку у парктроники даже одного типа существует определенный разброс технических параметров (дальность действия, громкость звукового оповещения, рабочая температура), необходимо изучить инструкцию, а лучше посоветоваться со специалистами сервиса, которые, скорее всего, и будут устанавливать оборудование на ваш автомобиль. Хотя производители и предлагают схему для самостоятельного монтажа, как правило, после этого сам парктроник снимается с гарантии. И, безусловно, если у вас новый автомобиль, лучше установить прибор в сертифицированном сервисе, чтобы вашу машину не сняли с гарантии. Конечно, немаловажный вопрос стоимости: как правило, выгоднее приобрести и установить парктроник в одном месте.

В разговоре о парктрониках не обойтись без ложки дегтя – самые лучшие и дорогие парковочные радары могут ошибаться при определении расстояния в редких случаях: обледеневшие или сильно загрязненные датчики, поверхность препятствия гладкая и наклонная или поглощает ультразвуковые волны, а также во время ливня.

Камеры заднего вида

Национальная администрация безопасности дорожного движения США (NHTSA) в свое время провела ряд тестов по изучению движения автомобилей задним ходом, и было вынесено заключение, что камеры заднего вида более надежно информируют водителя о препятствиях во время парковки. Они лишены многих недостатков, присущих парктроникам, но их работа в большей мере зависит от погодных условий: яркое солнце, дождь или снег делают их практически «слепыми». В выводах специалистов NHTSA значится, что идеальной системой для движения транспортного средства задним ходом является комбинация парковочного радара с камерой заднего вида.

Разделяют два вида автомобильных камер заднего вида: с матрицей «CMOS» (англ. Complementary-metal-oxide semiconductor) – располагают высоким быстродействием (до 500 кадров в секунду) и низким энергопотреблением, сравнительно недорогие в производстве; с матрицей «CCD» («Charge-Coupled Device») – обладают шумоподавляющим эффектом, практически 100% заполнением



пикселей, высоким динамическим диапазоном и высокой эффективностью, дороже в производстве.

Все камеры заднего вида крепятся снаружи автомобиля, при этом обладают широким диапазоном температур (в среднем от -30°C до +70°C), защитой от влаги и пыли. Существуют различия по видам монтажа: врезные и накладные. Обычно камеры крепятся в задний бампер, зону под номерным знаком, верхнюю часть задней двери (для универсалов и хэтчбеков). Благодаря более простому процессу установки часто используются камеры накладного типа.

На сегодняшний день практически все камеры от разных производителей обладают высоким разрешением матрицы и парковочной разметкой. Выделяют штатные и универсальные камеры.

Штатные камеры заднего вида созданы специально для конкретной модели автомобиля. Соответственно, они вписываются в экстерьер авто, просто монтируются (не требуется прорезки дополнительных отверстий и сложной настройки угла обзора), подходят для замены вышедших из строя оригинальных камер, подключаются к штатному дисплею (или к головному устройству системы мультимедиа), как правило, такие модели находятся под козырьком и объектив не пачкается. Наиболее важным является то, что штатная камера обеспечивает оптимальный обзор, необходимый при парковке на определенной модели автомобиля. Пожалуй, самые известные производители штатных камер: Pleervox, Proline, ParkCity, Avis, Velas, Phantom, Intro, DayStar. При небольших различиях в технических характеристиках, практически все камеры обладают углом обзора 170°. Стоимость штатных камер заднего вида от 1500 рублей (например, продукция Velas, Финляндия) до 6000 рублей.

Универсальные камеры заднего вида (с возможностью установки на различные



модели автомобилей) представлены широким кругом производителей под следующими торговыми марками: Alpine, Prology, VARTA, Pioneer, Mystery, Challenger, Phantom, Intro, Pleervox, Parkvision, Shome, Bigson. Ценовой диапазон тоже достаточно велик – от 1450 руб. (цветная видеокамера Parkvision PVC-35PF) до 20700 руб. (Alpine HCE-C200R). Понятно, что при таком ценовом разбросе кроме ставшей традиционной «переплаты за бренд», должно быть и различие в параметрах. И оно есть. Наиболее впечатляющей является разница по углу обзора: в приведенных выше моделях значения такие – угол обзора по горизонтали 185° (Alpine HCE-C200R) и 100° (Parkvision PVC-35PF), угол обзора по вертикали 144° и 80° соответственно. У некоторых производителей есть камеры с дополнительными функциями: режим ночного видения, ИК подсветка.

Важное значение для качественной работы камеры заднего вида имеет монитор. Возможно, в вашем авто он уже имеется вместе с мультимедийной системой. В противном

случае его необходимо приобрести. Параметры, модификация и качество монитора играют существенную роль. Мониторы уже знакомых марок Phantom, Pleervox имеют невысокую стоимость (2500–4000 руб.), устанавливаются на приборной панели. Зеркала заднего вида со встроенными мониторами от фирм Parkvision (от 3500 руб.), AVIS (от 5000 руб.), Challenger (от 9500 руб.). Комплекты камер и монитора Pleervox, Neoline, xDevice (3900–6600руб.). При желании, можно приобрести и ParkMaster All-in-One – многофункциональное устройство, включающее в себя мультимедиа, GPS навигатор, камеру заднего вида, датчики давления в шинах и парковочный радар на 4 датчика. Единый дисплей экономит пространство в салоне и значительно сокращает время установки. Но и стоимость около 26000 рублей, что, кстати, для многофункциональных систем далеко не предел.

Необходимо вспомнить и о комбинации парктроников с камерами заднего вида, которые по мнению экспертов наиболее эффективно обеспечивают

безопасность при движении задним ходом. Например, парктроник ParkCity Tokyo 420/501L, в комплект которого входит сверхтонкое зеркало заднего вида со встроенным LCD-TFT дисплеем (диагональ 3,5 дюйма), центральный блок с камерой заднего вида и четыре датчика (диаметр 20 мм). Одновременно на дисплей монитора в зеркале выводится картинка с камеры заднего вида и информация о препятствиях с датчиков; стоимость от 8500 рублей.

В выборе парковочной системы, как и любого автооборудования, нужно придерживаться золотого правила: определитесь, что же на самом деле необходимо для оптимальной и безопасной парковки автомобиля именно вам; пресловутое соотношение цена – качество в данной ситуации тоже актуально. Если сомневаетесь, обратитесь к специалистам, тем более что в случае с камерами заднего вида, даже если производителем предусмотрен комплект для беспроводного подключения к монитору, установка всего оборудования специалистами предпочтительней. ■

Парктроники AIRLINE:

надежность и качество по разумной цене



– Как давно и почему ваша компания начала выпуск парковочных радаров?

Компания AIRLINE разработала и ввела в свой ассортимент парковочные радары в 2010 году для того, чтобы удовлетворить растущий спрос рынка.

У многих автолюбителей процесс парковки вызывает определенные затруднения, парковочные радары AIRLINE помогут обнаружить практически любое препятствие, своевременно и с достаточной степенью точности проинформируют водителя о расстоянии до преграды и существенно снизят риск повреждения как вашего, так и рядом стоящего автомобиля.

– Какие виды парктроников вы предлагаете?

Мы предлагаем парктроники двух типов. Они различаются принципом работы сенсоров. В первом случае это ультразвуковые сенсоры, во втором сенсор,

AIRLINE – быстро растущая российская компания, основным направлением деятельности которой является разработка и производство высококачественных автомобильных аксессуаров для легковых и грузовых автомобилей, произведенных в любой точке земного шара. Начав свою деятельность в 2004 г. и выйдя на рынок с бутилированной автомобильной камерой, уже в 2006 г. предприятие начало активное развитие аксессуарной тематики.

На сегодняшний день специалисты AIRLINE прикладывают максимальные усилия для развития существующих дистрибьюторов и охвату новых территорий, чтобы быть ближе к каждому клиенту. При этом в компании не стремятся мгновенно окупить свои труды, а нацелены на постоянное пребывание на рынке и выстраивание долгосрочных отношений со всеми поставщиками, партнерами и клиентами.

Один из видов продукции компании – парковочные радары. Чтобы узнать о технических характеристиках, параметрах и особенностях этого оборудования, мы задали ряд вопросов ведущему инженеру AIRLINE – Валерии Жарову.



улавливающий изменения электромагнитного поля.

Модели APS-4L-01, APS-8L-02 измеряют расстояние до приближающегося объекта с помощью ультразвука.

Датчики парковки посылают ультразвуковые волны, которые, отразившись от препятствия, улавливаются сенсорами. Полученная информация обрабатывается и сообщается водителю. Парктроник выводит информацию на дисплей и дублирует ее прерывистым звуковым сигналом.

Дисплеи и датчики парковочных радаров являются высокоточными и показывают водителю, не только направление приближающегося препятствия, но и расстояние до него, если оно меньше полутора метров. В это время, с уменьшением расстояния звуковой сигнал звучит чаще, а когда расстояние становится меньше 25 см, звуковой сигнал парктроника становится непрерывным. Датчики парковки (сенсоры) устанавливаются в бампер автомобиля.

Модель APS-4L-01 имеет 4 датчика для установки только в задний бампер автомобиля.

Модель APS-8L-02 имеет 8 датчиков, четыре устанавливаются в задний бампер, четыре – в передний.

Модель APS-ML-03 основана на другом принципе работы. Сенсором этой модели является алюминиевая лента на самоклеящейся основе. Лента закрепляется на внутреннюю поверхность бампера и не требует сверления бампера. Установка является скрытой. Сенсор обнаруживает препятствия при помощи электромагнитного излучения. Так как лента непрерывна по всей длине бампера обнаруживаются самые тонкие препятствия (например торчащая арматура), в отличие от ультразвуковых сенсоров, между которыми такая арматура может пройти незамеченной.

Кроме того, модель APS-ML-03 позволяет парковаться на более близком расстоянии, по сравнению с ультразвуковыми парктрониками.



– Если говорить о парковочных радарах с ультразвуковыми сенсорами: какова комплектация и технические характеристики именно этой продукции?

В комплект входит 4 или 8 сенсоров, блок управления, светодиодный дисплей со встроенным звуковым излучателем, комплект проводов для подключения, липкая лента для крепления блока управления и дисплея, специальная фреза для сверления отверстий под сенсоры, инструкция по установке и эксплуатации.

– В каком случае устанавливается парковочная система с четырьмя датчиками, а в каком предпочтительнее восемь?

Система с 4 датчиками устанавливается только в задний бампер автомобиля и помогает водителю при движении задним ходом.

Система с 8 датчиками устанавливается в передний и задний бампер автомобиля (по 4 датчика вперед и назад) и позволяет полностью контролировать дистанцию при парковке – как при движении вперед, так и при движении задним ходом.

– В чем преимущество парковочных радаров электромагнитного типа? Что входит в комплект?

Основным преимуществом электромагнитного парковоч-

ного радара является скрытая установка сенсора. Не требуется сверление бампера, не портится внешний вид автомобиля, нет необходимости в покрасочных работах.

Такой парктроник многим по силу установить самостоятельно, сэкономив деньги на услугах автомастерской.

Кроме того, этот парктроник позволяет парковаться на расстоянии до 10 см! Отсутствие мертвых зон, широкая область охвата – очевидные плюсы.

В комплект входит блок управления, сенсор-лента на самоклеющемся основании, комплект проводов для подключения и двусторонняя липкая лента для крепления блока

управления, инструкция по установке и эксплуатации.

– Чем отличается продукция вашей компании от аналогичной продукции, представленной на рынке?

Наша линейка парктроников полностью покрывает потребности рынка в бюджетных моделях парковочных радаров. Изделия упакованы в красочную дизайнерскую упаковку, и содержат подробное описание на русском языке.

Ведётся строгий контроль качества изделий.

Парковочные радары AIRLINE сэкономят ваши нервы и деньги! ■

Беседовала Н.Елисеева



NISSAN ALMERA

Компания Nissan официально подтвердила планы по организации сборки на «АвтоВАЗе» бюджетного седана. Старт продаж намечен на 2013 год. До сих пор компания пытается сохранить интригу относительно новинки, но уже есть информация, что модель будет называться Almera. По распространенному изображению, где автомобиль снят не с самого удачного ракурса в новинке угадывается Bluebird Sylphy, который выпускается с 2005 года в Японии. Авто с европейским расположением агрегатов (руль слева) в настоящее время продается в Китае и некоторых странах Юго-Восточной Азии. Скорее всего, китайский вариант Bluebird Sylphy и есть основа будущей новинки Nissan для российского рынка.

Россия – приоритетный для Nissan рынок в Европе, продажи компании в 2011 году увеличились по сравнению с предыдущим годом на 75% в цифрах это более 138 тысяч автомобилей. Благодаря этим показателям Nissan стал крупнейшим японским автопроизводителем с долей равной 5,2% от общего российского рынка и 7,5% среди зарубежных автомобильных брендов.

Almera сойдет с конвейера в Тольятти. К началу производства Almera (осенью 2012 года) на заводе откроют новый кузовной и покрасочный цеха. Обучением рабочих займутся специалисты Nissan. Официально новинку от Nissan представят публике на московском международном автосалоне в августе текущего года.



VOLVO: ВЫНУЖДЕННЫЙ ОТЗЫВ

Американская Национальная администрация безопасности дорожного движения (NHTSA) принудила компанию Volvo объявить в отзыв около 17 000 автомобилей для устранения дефекта в проводке подушек безопасности.

Отзыв касается моделей Volvo S60, XC60, S80 и XC70, сошедших с конвейера в период с 16 мая по 6 октября 2011 года. В некоторых из них возможно повреждение проводки, расположенной под передними креслами, при перемещении подушки сидений, вследствие чего могут не срабатывать передние и боковые «эйрбегги».



TATA ПЛАНИРУЕТ КУПИТЬ SAAB



Через три года после приобретения брендов Jaguar и Land Rover индийский автомобильный производитель Tata Motors подал заявку на приобретение Saab за сумму, около 350 млн. долларов. На данный момент свою заинтересованность в шведской компании уже выражали такие компании как Volvo, китайский автогигант и бывший партнер Saab Youngman, а также еще одна индийская компания – Mahindra and Mahindra.

Официальное подтверждение намерений Tata пока не было обнародовано, но известно, что представители Tata уже некоторое время ведут переговоры с Saab. В случае обоюдного согласия сторон, приобретение будет оформлено на Jaguar Land Rover.

В Saab подтвердили, что 5 марта – последний день подачи заявок. Всего их поступило пять, в основном от зарубежных компаний. Их названия, как и подробности возможных соглашений, швейцарский производитель авто не разглашает.



уникальные АРОМАТЫ AIRLINE

Впервые ароматизаторы для автомобиля с «умными запахами». Все ароматы подобраны с учетом положительного воздействия запахов на организм человека. Ноты лимона, ванили и белых цветов, аромат прохладного бриза, позволят водителю чувствовать себя комфортно за рулем.

- Широкий выбор ароматов
- Эксклюзивный дизайн
- На упаковке предусмотрена специальная ароматизированная наклейка



автомобильные аксессуары

Теперь продукцию AIRLINE Вы можете приобрести в интернет-магазине

www.карвиль.рф

Сейф в автомобиле.

Желание установить в машину надежный отсек для хранения ценных вещей – сейф – было всегда, с тех пор как появился автомобиль. Однако до сих пор возможностей осуществить такое желание на практике было не так много.

Даже простейшая задача установки сейфа при современной конструкции автомобильного интерьера так просто не решается. Все предлагаемые ранее решения – под сиденьем пассажира, в подлокотнике, в «бардачке»... имеют массу непреодолимых недостатков.

Компания «Автосейф» нашла более интересное и гораздо лучше отвечающее задаче хранения ценностей решение и не требующее никакого нового пространства в автомобиле. Ее сейфы «Титан» Т1-003 установлены внутри запасного колеса, закрепленного на своем штатном месте в багажнике, а значит, прекрасно впишутся в интерьер практически любого автомобиля. Никаких технических препятствий к установке там сейфа нет. Изнутри сейф крепят специальным болтом к кузову автомобиля. Такой сейф не привлечет особого внимания посторонних, поскольку вроде бы, никакого нового устройства, бросающегося в глаза, в машине не появилось.

Внешние размеры сейфа с некоторым зазором повторяют форму колесных дисков. Компания предлагает на выбор сейфы для колес, посадочный размер которых находится в пределах от 14 до 21 дюйма. Причем внутренние габариты даже самых маленьких сейфов вполне достаточны для размещения там денег, документов, оружия (кроме ружей, естественно) и патронов, которые по закону должны перевозиться в сейфе, дорогих смартфонов, планшетных компьютеров, да и многих других видов компьютеров тоже, фотоаппаратов, инфор-



мации, которую нежелательно раскрывать посторонним, и много другого.

Такое решение имеет массу достоинств:

- Мало того, что сейф сделан из прочной стали (толщина рабочей поверхности составляет 4 мм), самое главное, колесный диск и установленная на нем шина станут дополнительной преградой для взломщиков.

- Сейф, установленный на штатное крепление запасного колеса таким образом, что вытащить его из машины, предварительно не открыв, не возможно.

- Открыть сейфовый замок повышенной прочности можно с пульта дистанционного управления, набрав на нем цифровой код (до 8 цифр). Значит, какого-либо механического ключа в машине или у водителя вообще может не быть. Ключ-шифр находится у него «в голове». Пульт, как брелок, постоянно носить с собой не нужно. Даже, если грабитель доберется до пульта, без кода сейф ему все равно не открыть.

- Сейф имеет автономный

источник питания, а не подключается к автомобильному аккумулятору. Предусмотрена сигнализация разряда батареи сейфа. В комплекте есть два ключа, которыми можно открыть замок в случае полного разряда батареи или выхода ее из строя.

- Пожаростойкое покрытие и негорюемые мешки смогут предохранить деньги и документы даже во время пожара в автомобиле.

Наличие такого сейфа удобно в городе, например, при шопинге (вероятность угона машины с охраняемой стоянки с видеонаблюдением сейчас очень низка), при поездках по регионам, на дачу, в автопутешествиях (в сельской местности далеко не всегда можно найти банкоматы), грибникам, рыбакам, да и просто при посещении пляжа.

Сейф заинтересовал директоров компаний, таксистов, инкассаторов, перевозящих мелкие суммы, представителей спецслужб. Он может быть использован для перевозки секретных документов из одной

компании в другую (документы в сейфе, пульт у курьера, но он открыть сейф, не зная кода, не сможет: сейф откроет только тот сотрудник, который имеет право доступа к документации и знает код). Сейф «Титан» может быть полезен для хранения конфиденциальной информации, например, бухгалтерами, которые часто возят с собой различные базы данных, и во многих других случаях.

При наличии сейфа в автомобиле сложность извлечения запасного колеса возрастает незначительно. В любом случае удобства пользования сейфом значительно перекрывают некоторые недостатки, которые при желании можно найти у любого аксессуара. Например, в ряде машин может потребоваться доработать дно багажника, чтобы облегчить доступ к установленному там сейфу.

Сейфы «Титан» уже сейчас можно купить в автосалонах, некоторых мойках высокого класса, в магазинах или оформить покупку на сайте производителя. ■

NISSAN ВОЗРОЖДАЕТ МАРКУ DATSUN



В настоящее время ряд иностранных автопроизводителей выпускают или готовят к выпуску специальные модели автомобилей для развивающихся рынков. Nissan с этой целью решил запустить в производство целый бренд с рядом моделей. Возрождается бюджетная марка Datsun.

Автомобили под брендом Datsun будут поставляться в ряд стран, причем по задумке производителя модели будут отличаться в зависимости от специфики региона. Скажем, в Индию и Индонезию поставят микроавтобусы с дополнительным количеством пассажирских мест. Для российского рынка Nissan предлагает малолитражку с объемом двигателя 0, 8 л.

Есть информация, что автомобили линейки Datsun будут собираться в сотрудничестве с местными автомобильными компаниями этих стран, в России при участии и на базе «АвтоВАЗа». Стоимость таких моделей начинается ориентировочно от 6200 долларов США. Судя по всему, это будут значительно упрощенные по сравнению со всем модельным рядом концерна Nissan автомобили, видимо, поэтому и решено выпускать их под отдельной маркой. В Японии и странах Запада транспортные средства под брендом Datsun продаваться не будут.

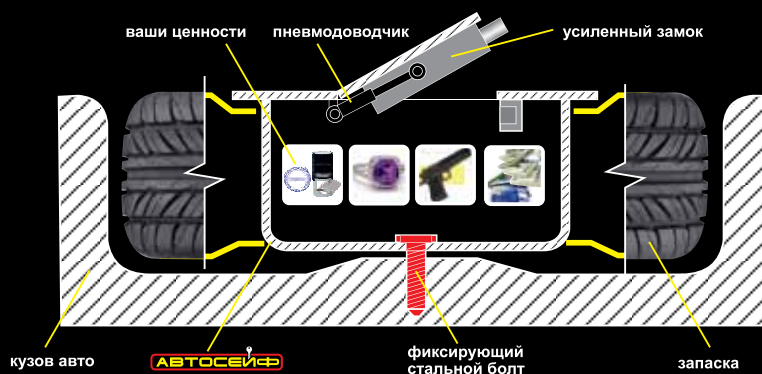
Свое название Datsun получил еще в 1931 году от DAT Motorcar Co., правда тогда оно звучало как Datson, поскольку было придумано для новой модели, значительно меньшей, чем предшествующие DAT. В 1933 году, когда Nissan Motor Co. получила контроль над DAT Motorcar Co., Datson заменили на Datsun. Под этой маркой автомобили выпускались до 1986 года.



Ваше благополучие зависит от Ваших собственных решений!
/РокФеллер Джон Дэвисон/



www.avto-seif.ru



Ваши ценности под надежной защитой!

АВТОСЕЙФ

- Устанавливается в нишу запасаки. Крепится к кузову авто.
- Вытащить закрытый сейф из автомобиля невозможно!
- Открывается при помощи пульта ДУ с личным кодом или аварийным ключом.
- Любые размеры. /радиусы/

Сегодня это самый актуальный и полезный подарок!



Страница маркетолога

Развитие бизнеса в России носит скачкообразный характер и сопряжено с известными трудностями. Наряду с этим нельзя не заметить определенные позитивные изменения, которые появились в сфере предпринимательства – на рынке автомобильных комплектующих в частности. На наш взгляд, просматривается тесная связь между развитием российского предпринимательства и расширением применения в России теории маркетинга на практике.

Любой производитель или поставщик автомобильных компонентов должен решать задачу организации сбыта. Правильно налаженные каналы сбыта позволят в сжатые сроки освоить большие территории и гарантированно реализовать произведенный продукт или поставляемые товары.

Построение эффективной системы сбыта в сфере автокомпонентов



О создании эффективной системы продаж, что на сегодняшний день является не просто одним из направлений маркетинга, а необходимым условием выживания и развития на стремительно изменяющемся рынке автомобильных компонентов, расскажет коммерческий директор Управляющей компании КАРВИЛЬ — Петр Нечипоренко

Содержание:

1. Обоснование важности
2. Место сбытовой стратегии в маркетинге предприятия
3. Виды сбытовых стратегий (систем сбыта) в сфере автокомпонентов

4. Некоторые методы выбора эффективной сбытовой стратегии
5. Развитие системы сбыта в конкурентной борьбе

Используются термины:

Стратегия сбыта (сбытовая стратегия) – планирование и определение комплекса мероприятий, направленных на создание и поддержание эффективной сбытовой сети.

Система сбыта – комплекс взаимоотношений и взаимосвязей между участниками рынка по поводу реализации продукции.

Структура сбыта – сформированный комплекс реализации продукции потребителям (в узком смысле соответствует термину «сеть сбыта»).

1. В структуре деятельности любого предприятия сбытовая стратегия занимает, возможно, самое важное место – вне зависимости от того, чем занимается Ваша компания оптовой или розничной торговлей или производством. Система маркетинга предприятия без эффективной сбытовой стратегии (системы сбыта) напоминает «безногого богатыря» – есть силы, желание и энергия, а идти не может.

Существует мнение – «хоро-

ший товар продает себя сам». Частично это действительно так, с небольшой поправкой – Вы должны обеспечить доступность вашего товара для потребителя. Взять, например, B2B-рынок с его особой спецификой продаж – там доступность уже обеспечена, и работа по построению сбыта превращается в установление эффективных взаимоотношений с клиентами, что в итоге должно привести к лояльности ваших потребителей. Но даже здесь присутствует система сбыта, но имеет несколько иную форму, в конечном итоге также направленную на привлечение и удержание клиента.

Результатом построения эффективной системы сбыта должно стать оперативное движение товара от производства к потребителю. Различные системы сбыта предполагают наличие большего или меньшего количества посредников. Идеальная система сбыта существует в натуральном хозяйстве – производитель и продавец выступают в одном лице, посредники отсутствуют – но и тут мы можем говорить о наличии «системы» сбыта, ведь эффективность продаж и прибыли будет зависеть

от местоположения продавца на рынке, его квалификации, понимания нужд покупателей и прочее. В такой упрощенной форме один и тот же агент выступает в разных ролевых качествах (и как производитель, и как продавец), что и позволяет нам говорить о наличии здесь системы сбыта.

Делая предварительные выводы, можно обозначать ключевые постулаты, на которые мы будем опираться в ходе данной статьи. Итак, о наличии системы сбыта будет свидетельствовать наличие в деятельности предприятия задач реализации товара и наличие в штате ролевых фигур, занимающихся реализацией. Эффективная система сбыта – это такая система сбыта, которая обеспечивает оперативное движение товара от производства к потребителю и гарантирует высокую доступность (в физическом смысле) товара для потребителей (в другой терминологии – высокий уровень количественной и качественной дистрибуции).

2. Для рассмотрения методов эффективного сбыта необходимо обратиться к теории классического маркетинга. Спор о приоритете тех или иных составляющих маркетинга в деятельности

предприятия не утихает до сих пор – кто-то считает главным в эффективной деятельности товар, кто-то активную коммуникационную (рекламную) деятельность, кто-то лучшую цену. Бесспорно только одно – важен разумный компромисс и баланс между всеми основными составляющими.

Необходимо дифференцировать компании с различными особенностями, исходя из которых, компании будут выстраивать иерархию целей и задачи, соответственно, расставлять акценты и приоритеты при выборе своей политики на рынке. Если выбран примат товара, то компания будет работать над качеством и, следовательно, иметь высокую себестоимость и высокую цену. Примат продвижения – и реклама становится основным двигателем компании, цены на товары высокие, работа над качеством ведется слабо. При акценте на лучшую цену компания становится «дискаунтером», отодвигая другие цели на задний план. Компания же, ориентированная на активный сбыт, несет значительные издержки, связанные с персоналом, но может продавать «что угодно», по «любой цене» и без значительной рекламной поддержки.

В любом из выбранных направлений развития сбыт занимает существенное место, его задача – донести товар с акцентированными признаками (высокое качество, известность или низкая цена) до потребителя.

3. Схема товародвижения в сфере автокомпонентов:

Производство – выпуск товаров;

Отдел Сбыта или Генеральный Дистрибьютор – структура, направленная на реализацию товара и обладающая функциями маркетинга (ценообразование, продвижение, планирование, расширение номенклатуры);

Крупный Оптовик или Дилер – представитель Дистрибьютора в конкретном регионе либо в конкретном сегменте рынка, осуществляющий оптовую реализацию товара более мелким оптовикам либо непосредственно розничному магазину;

Оптовик или Субдилер – субрегиональный оптовик, клиент дилера, является последним звеном в движении товара к рознице;

Розничный Магазин – осуществляет розничную реализацию товара конечному потребителю.

Покупатель – непосредственный потребитель (пользователь) товара.

В достаточно цивилизованных сегментах рынка автокомпонентов в качестве розничного магазина может выступать станция технического обслуживания, обладающая функцией выбора товара того или иного производителя, то есть фактически выступающая и в роли покупателя! При этом СТО, выступая в роли покупателя, несет также и ответственность за свой выбор; но свой выбор основывает не на разовом опыте и слухах, а на множественных конкретных фактах использования конкретных товаров.

Производство же непосредственно не участвует в процессе сбыта – в любом случае уместно говорить про отдел сбыта либо генерального дистрибьютора (иногда функции того и другого выполняет торговый дом). В дальнейшем мы будем использовать более всеобъемлющий, на наш взгляд, термин «генеральный дистрибьютор» в качестве обозначения первого звена в движении товара от производства к потребителю.

Итак, какие схемы товародвижения используются в сфере автокомпонентов? Ниже мы постараемся кратко описать реальные системы сбыта, их модификации и дефектные проявления. Напомним, что нет одной «Истинной стратегии» сбыта – выбор конкретной стратегии зависит от специфики вашей компании и товара. Кроме того, зачастую использование нестандартных схем товародвижения будет являться ключом к успеху компании.

Стратегия первая: ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИСТРИБЬЮТОР – ПОКУПАТЕЛЬ.

В большинстве случаев про-

является в качестве магазинов «Товары почтой» и Интернет-магазинов. Плюсы такой стратегии очевидны – отсутствие посредников приносит высокие наценки на товар и возможность прямого контакта с покупателем. Отсюда и минусы – высокие издержки в области логистики, невозможность личного контакта с покупателем в процессе его убеждения. Как нам видится, использование такой сбытовой стратегии возможно, во-первых, в случае наличия высокого доверия к источнику предложения либо, во-вторых, при реализации известных товаров, не требующих особых объяснений.

Лучший пример магазина «Товары почтой» в области автокомпонентов – в журнале «За Рулем». А Интернет-магазинов в последние годы появилось множество, и многие из них работают достаточно эффективно.

Хочется заметить, что развитие сети розничных магазинов отделом сбыта или генеральным дистрибьютором не является следствием данной стратегии – функции конечного продавца в этом случае остаются у розничного магазина, что говорит об использовании другого подхода в построении сбыта.

Стратегия вторая: ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИСТРИБЬЮТОР – РОЗНИЧНЫЙ МАГАЗИН

Данная стратегия в основном используется региональными производствами, особенно при реализации товаров, транспортировка которых не выгодна (например, жидкость для стекол либо тосол). Также стратегия используется производителями товаров с высокой удельной стоимостью и, следовательно, низкими транспортными издержками и производителями товаров «эксклюзивного» или «редкого» спроса.

Какие же преимущества несет данная схема? Высокая наценка на товар и низкая зависимость от конкретного клиента. Так как сеть диверсифицирована, доля одного клиента очень мала, риски потери и зависимость от клиентов минимальны. Такая

сеть сбыта сможет «пропустить» через себя любой товар, ведь товар попадает последнему звену в товародвижении. Кроме того, сбыт компании, использующей такую стратегию, может быть очень мобильным – при необходимости при достаточной компетенции отдела сбыта число клиентов можно быстро увеличить. Данную стратегию также может охарактеризовать низкий уровень конкурентной активности.

Недостатки являются следствием достоинств – диверсификация клиентской базы влечет большие расходы на содержание персонала и высокие транспортные издержки. Компания, ориентированная на такую стратегию сбыта, должна иметь сильный отдел продаж и отдел логистики, а также товар особых свойств. Только в этом случае такая стратегия будет иметь успех.

Использование такой стратегии – путь, исключающий применение других схем товародвижения. В противном случае генеральный дистрибьютор будет конкурировать со своими же клиентами-оптовиками, что неминуемо приведет к потере отношений и, в худшем случае, к потере рынка, который с радостью займет конкурент.

Стратегия третья: ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИСТРИБЬЮТОР – ДИЛЕР (ОПТИК)

Наиболее часто используемая стратегия. В конкурентных сегментах рынка автокомпонентов, наверно, самая верная стратегия сбыта. Суть данной стратегии в выстраивании партнерских отношений с оптовыми партнерами во всех значимых регионах страны. Обычно это крупные оптовые операторы, которые имеют в своем «портфеле» продукцию нескольких конкурирующих марок. Ваша задача при использовании такой стратегии сбыта – это, по сути, конкурентная борьба с товарами других производителей, осуществляемая методами стимулирования и другими маркетинговыми инструментами.

Достоинства стратегии «Ген.

Дистрибьютор – Дилер» заключаются в удобстве товародвижения – объемы потребления большие, транспортные издержки минимальные. Дилер держит определенный запас товара на складе, позволяющий оптимизировать вашу логистику и планирование. Дилер ведет работу по выстраиванию отношений с другими участниками регионального рынка – более мелкими оптовиками и розничными магазинами; вы в этом процессе принимаете только косвенное участие, экономя силы и средства. Фактически, региональный рынок становится подконтрольным вашему дилеру, а вы попадаете к нему в зависимость. Но это, на наш взгляд, единственный путь полноценного охвата большой территории нашей страны.

При использовании данной стратегии на первый план выходит лояльность вашего дилера и эффективная конкурентная борьба в структуре товарного предложения дилера. Но достаточная лояльность дилера сформируется только при превышении определенного объема реализации – в этом случае дилер «обратит внимание» на ваш товар, произойдет некий качественный скачок, и ваш товар получит существенные преимущества перед конкурентным.

Стратегия четвертая: СОЗДАНИЕ ФИЛИАЛОВ

Иногда генеральный дистрибьютор может пойти и таким путем, заменяя своими филиалами дилеров. Возможно частичное использование данной стратегии, например, в особых и крупных регионах либо в регионах, где деятельности дилеров оставляет желать лучшего.

Мы не будем подробно останавливаться на преимуществах и недостатках такой схемы. Основной дефект такой схемы – с небольшим ассортиментом (для розничного магазина необходим выбор, ведь его требует покупатель) филиал неинтересен розничному магазину. Фактически, основным клиентом филиала становится мелкий оптовик, которому выгодно приобретать

товар мелкими партиями для последующей реализации магазинам. Но зачастую издержки по содержанию филиала не покрываются прибылью от реализации товаров такими объемами.

При выборе «филиального» пути развития вы должны быть готовы потерять вашего дилера, так как ему будет неинтересно развивать ваш товар. Вы должны понимать, что ваше место тут же займут конкуренты.

Данная стратегия по сути сходна со стратегией «Генеральный Дистрибьютор – розничный магазин» – целевая аудитория примерно одинакова.

Стратегия дефетная: НЕСКОЛЬКО КРУПНЫХ КЛИЕНТОВ

В попытках наладить эффективный сбыт производство может столкнуться с такой проблемой – один или несколько крупных партнеров забирают весь объем произведенного товара. Начинать построение такой сети сбыта очень приятно – экономия на персонале отдела сбыта, большие объемы, своевременные платежи, заблаговременное планирование. Но результатом в перспективе может стать падение рентабельности и объемов. Почему это происходит?

При работе с несколькими крупными клиентами производство попадает в зависимость от них. Таким клиентам не выгодно инвестировать в продвижение и в построение региональной товаропроводящей сети – им нужно поскорее продать тот объем продукции, который у них есть. В погоне за объемами рентабельность продаж падает; работа с рынком не ведется, и постепенно объемы реализации снижаются – ведь с региональными оптовиками начинают работать ваши конкуренты. Результат уже описан выше. А вашим лучшим и самым крупным клиентам выгоднее бросить ваш товар и переключиться на аналоги.

4. При выборе наиболее эффективной стратегии сбыта компания может руководствоваться множеством факторов. В их числе основные маркетинго-

вые методы, такие как SWOT- и 4P-анализ, анализ напряженности конкурентного поля и т.д. Очевидно, эти факторы должны быть легко измеримы («наблюдаемы»); к оценке их важности («веса») могут быть привлечены специалисты. По моему глубокому убеждению, количество составляющих факторного анализа не должно быть большим – в противном случае при анализе есть риск запутаться в их обилии и принять решение на основе неправильно «взвешенных» факторов. Итак, простая факторная модель может состоять из следующих элементов (повторно напоминаю, что любая компания должна иметь возможность изменять сбытовую стратегию, согласовывая ее с изменяющимися внутренними и внешними условиями):

(1) Возможности производства при существующих ресурсах – финансы, персонал, оборудование и т.д.

Чем больше объем производства, тем большее количество клиентов должна иметь компания.

(2) Структура товарного предложения. Чем больше ассортимент, тем больше интерес к продукции мелкооптовых потребителей – следовательно, существует возможность эффективного сбыта посредством филиала либо через отгрузки более мелким оптовикам. Задача здесь – привлечь покупателей, и если компания считает, что может заменить своими продажами деятельность многобрендового крупнооптового оператора, то такой путь будет оправдан.

(3) Специфика (свойства) продукции. Если товар не является «предметом первой необходимости» или при его продаже роль рекламы и продвижения велика, то, по моему мнению, существует необходимость активных продаж, в том числе мелкооптовым клиентам посредством филиала или через заказ «по каталогу».

Помните – убедить покупателя, что ему нужен именно этот товар, лучше всего сможет сам производитель.

(4) Стоимость доставки

продукции. Чем она выше, тем более актуален вопрос снижения издержек по доставке через укрупнение партий и, соответственно, через поиск более крупных клиентов.

Безусловно, «стоимость доставки» – это достаточно условная величина. При ее оценке необходимо учитывать уникальность товара и цены конкурентов на данном региональном рынке.

(5) Возможность найти партнеров на рынке. Эта проблема может быть особенно актуальна в поликонкурентных сегментах рынка. При невозможности справиться с этой задачей компании остается только самостоятельно выходить на данный рынок посредством филиала или через мелкооптовых клиентов.

Нередко возникает ситуация, когда на данном региональном рынке просто нет оптового распределителя. Покупатели могут получать продукцию из другого региона, что увеличивает цену продукта и его потребительскую привлекательность. Здесь могут открыться самые невероятные перспективы для «первопроходца»!

(6) Сроки, за которые необходимо построить сеть сбыта.

Зачастую временные ограничения заставляют выбирать не самую эффективную стратегию сбыта. Решение сиюминутных задач может заставить компанию полностью «отдаться» крупнооптовому потребителю и в дальнейшем оказаться у него в зависимости. Но в условиях отсутствия времени нахождение одного-двух партнеров, которые будут выбирать весь объем продукции, может стать единственным способом выживания. Особенно это актуально для производителей, которые осуществляют поставки на конвейер автозавода – при отказе такого партнера или резком сокращении объемов закупки – альтернативой прекращения деятельности будет именно такое решение.

И последнее мое наблюдение – если Вы не знаете, каким путем при создании системы сбыта, то данная модель Вам может не помочь. Интуиция,

основанная на опыте, зачастую, приносит наилучшие результаты.

5. Как уже отмечено выше, конкуренция является мощным стимулом для построения эффективной сети сбыта. Все ваши действия должны учитывать действия конкурентов. Какими же основными инструментами в конкурентной борьбе вы можете пользоваться? И на сегодняшний день постулаты классического

маркетинга не потеряли своей актуальности.

Самый простой способ – низкая цена на товар. Но здесь надо помнить, что всегда кто-то сможет предложить еще более низкую цену.

Другой способ – высокая рекламная активность. Разновидность такой политики – размещение своей рекламы в «ответ» на рекламу конкурентов.

Конкурент публикуется в данном издании – значит, и вы должны размещаться там же, но большим объемом и с более интересными предложениями.

Постоянное совершенствование товара – верный путь в конкурентной борьбе. Реализации этого способа обязательно помешает низкая цена и, соответственно, низкая наценка на товар.

Ну и, наконец, способ, имею-

щий множество преимуществ по сравнению с вышеописанными, – развитие эффективной сети сбыта и максимальная дистрибуция вашего товара. Постоянный поиск незанятых вами ниш в товаропроводящей сети и организация поставок в такие региональные сегменты позволят создать вам задел для эффективной реализации вашего товара на долгие годы вперед. ■

Миссия выполняма

На Шадринском автоагрегатном заводе прошел семинар для директоров и ведущих специалистов предприятия. Более подробно о тренинге «Развертывание политики» рассказал заместитель генерального директора, начальник управления по развитию производственной системы ОАО «ШААЗ» – Евгений Нестеров.

– Евгений Викторович, что такое «развертывание политики» и с какой целью проводился семинар?

– Развертывание политики – это четкая формулировка целей предприятия и выбор средств для их реализации на всех уровнях управления. Это приемы, помогающие увязать в единую систему различные программы и стратегии развития. В процессе обучения коснулись очень широкого круга вопросов. Например, какие аспекты управления коллективом должны интересовать руководителя? Насколько предприятие успешно сейчас, и как добиться большего? и т.п.

– Как строились занятия?

– Это тренинг с активной дискуссией, различными упражнениями. Преподаватель – директор компании «Оргпром» (г. Екатеринбург) Алексей Баранов вкратце коснулся теории вопроса, но основное внимание сосредоточил на практических заданиях. Для начала каждому руководителю нужно было

сформулировать миссию своего коллектива и, соответственно, цели для ее осуществления.

Мы работаем не ради процесса, а, в первую очередь, для удовлетворения потребителей наших услуг, и каждый должен иметь четкие критерии, по которым ему станет ясно: доволен потребитель или нет. Кроме того, нас должен объективно оценить вышестоящий руководитель.

– Что вызвало наибольшие затруднения?

– Сформулировать цели ока-

зательно теоретизирования?

– Мировой опыт показывает, что успешны компании, применяющие регулярный, а не ситуативный менеджмент. Это когда каждый человек выполняет четко определенные обязанности. Он точно знает, что будет делать сегодня, завтра, в текущем году, представляет, по каким критериям оценят его работу. Согласно опросам, именно неумение ставить конкретные цели больше всего раздражает работников в их руководителях.

Словари предлагают несколько толкований понятия «миссия организации». Если их обобщить, получится, что миссия – это философия и предназначение, смысл существования предприятия. Например, миссия Шадринского автоагрегатного завода звучит так: «Мы создаем автокомпоненты достойного качества по доступной цене, делая работу автотранспорта надежной».

залось сложнее, чем думается. Часто мы под целью понимаем некое расплывчатое пожелание того, что мы хотели бы видеть в будущем. В то время как цель должна быть предельно конкретна и актуальна. Она должна быть измерима, то есть не просто «улучшим что-то», а «улучшим на столько-то». Цель должна укладываться в четко определенные границы времени, не растекаясь до бесконечности. И наконец, цель – это нечто достижимое и, в то же время, амбициозное. Нельзя считать целью то, что можно воплотить, не прилагая особых усилий.

– Неужели нельзя построить эффективный бизнес без по-

– Раньше этому направлению уделялось недостаточно внимания на предприятии?

– Так нельзя сказать. У нас есть кодекс корпоративной культуры ОАО «ШААЗ», где сформулирована миссия предприятия. Есть Политика в области качества. Ежегодно принимаются цели в области качества. Перед подразделениями ставится задача ежедневного выполнения объемов производства. Существуют цели по модернизации оборудования и освоению новых изделий. Проблема в том, что эти цели не всегда отвечают вышеописанным требованиям и не увязаны друг с другом. Кроме того, чтобы эффективно достигать результата,

цель должна быть развернута для конкретных исполнителей: понятна всем от генерального директора до рабочего у станка. Мы привыкли контролировать объем производства, уровень качества, себестоимость продукции, но нужно еще развивать своих сотрудников, улучшать условия труда, учиться рационально использовать ресурсы и беречь оборудование. В процессе обучения мы сделали первый шаг в этом направлении. Приятно, что руководители всех уровней включились в процесс.

– Сейчас есть сформулированные миссии у всех служб. Что нужно делать дальше, чтобы это помогло в ежедневной работе, а не осталось красивыми словами на бумаге?

– Теперь будем работать действительно с каждой службой, чтобы определить или скорректировать показатели и цели каждого подразделения и развернуть их до конкретных исполнителей. Чтобы любой сотрудник на своем рабочем месте понимал – что от него требуется, в каких количествах, к какому сроку и какого качества. Чтобы каждый рабочий знал, какие изделия ему необходимо сделать сегодня, а начальники знали какие компетенции своих подчиненных необходимо развивать, какие рабочие места улучшать, как создать сплоченный коллектив единомышленников. Это основа, на которой мы будем вести дальнейшую работу по развитию производственной системы Шадринского автоагрегатного завода. ■

A PARTS AUTO CENTRAL ASIA

6-ая Ежегодная Международная Выставка Автозапчасти, Оборудование для Гаражей и АЗС

6th International Exhibition for
Autoparts, Garage and Service Equipment,
Truck Parts & Petrol Station



19-21 Апрель 2012
April

Дворец Спорта им.
БАЛУАНА ШОЛАКА
Baluan Sholak Sport & Exhibition Center

Алматы / Казахстан
Almaty / Kazakhstan

Официальная поддержка-Official Support



Chamber of
Commerce and Industry of
Republic of Kazakhstan



City of
Almaty



Kazakhstan Association
of Automobile

Организатор/ Organizer
saTEXPO
Central Asia Trade Exhibitions

Тел.: +7 727 266 36 80 info@catexpo.kz
Факс: +7 727 266 36 84 www.catexpo.kz

НОВЫЕ МОДЕЛИ ОТ МИШЛЕН



Две новые зимние шины от компании Мишлен: MICHELIN Pilot Alpin 4 и MICHELIN Latitude Alpin 2 поступят в продажу весной 2012 года. Обе новинки позволяют сохранить исключительную управляемость автомобиля, отличаясь при этом высокой ходимостью.

В этих шинах разработчикам Мишлен удалось усовершенствовать несколько компонентов. Шина MICHELIN Pilot Alpin отличается обновленным составом резиновой смеси, рисунком протектора, причем протекторов разработано два типа, чтобы удовлетворить всем техническим требованиям спортивных автомобилей.

Шина MICHELIN Latitude Alpin 2 предназначена для высокоскоростных кроссоверов. Ее наделили рядом преимуществ:

- повышенный уровень безопасности (тормозной путь стал короче на 2 м на заснеженной дороге и на 4 м – на обледеневшей);
- повышенный уровень контроля;
- повышенный уровень управляемости.

Для инновационных шин MICHELIN Pilot Alpin 4 и MICHELIN Latitude Alpin 2 в Мишлен создали концепцию дизайна Ridge-n-Flex, в которой наилучшим образом сочетаются две технологии:

- рельефный протектор для лучшего сцепления на зимней дороге с чередующимися элементами (ламелями StabiliGrip), обеспечивающий оптимальную жесткость для точности управления;
- гибкая резиновая смесь (HelioCompound 3G), улучшающая сцепление на мокрой и обледенелой дороге, сохраняющая эластичность даже при низких температурах.



Автомобильная Сервисная Ассоциация представляет:



Журнал адресован тем, кто развивает свой бизнес и себя в профессии, связанной с автомобильной сферой. Страницы «Управления автобизнесом» – это место для интересного диалога, обмена теоретическими и практическими знаниями, а также площадка для совместного поиска новых путей развития и оценки ситуации в отрасли. Вместе с вами мы хотим двигаться в завтрашний рынок, формировать его и совершенствовать себя. Мы желаем работать в интересах читателей, стремимся к постоянному контакту с нашей аудиторией и к совместному поиску интересных тем.

Тираж – 11 000 экз.
Объем – 64 полосы
Периодичность – 6 номеров в год

www.asa-auto.org



Журнала кузов «Кузов» концентрирует и систематизирует информацию по профессиональному ремонту автомобилей. На страницах нашего журнала органично объединяются теоретический опыт и практические навыки специалистов, экспертов и консультантов авторемонтного бизнеса. Мы помогаем читателям ориентироваться в мире авторемонтных технологий, находить продуктивные решения для совершенствования и расширения бизнеса. «Кузов» является настоящим ориентиром в мире авто, ведет со своими читателями диалог, живет и развивается в ритме новых технологий.

Тираж – 17 000 экз.
Объем – 96 полос
Периодичность – 6 номеров в год

www.kuzov-media.ru

ПРИБЫЛЬ НА КАЖДОЙ СТРАНИЦЕ



АВТО КОМПОНЕНТЫ

Подписка на журнал «АВТОКОМПОНЕНТЫ»

Оформить подписку в редакции:

- позвоните по телефону: (495) 955-90-80
 - подписку можно оформить, начиная с любого номера, в том числе с текущего;
 - получите и оплатите счет на 2012 год;
 - отправьте копию платежного поручения по факсу (495) 955-90-80 или электронной почте **distrib@maks-m.com**
- Не забудьте указать точный почтовый адрес доставки издания.

Заполните и вырежьте квитанцию.

Укажите, какие номера Вы хотели бы получать.

Умножьте количество выбранных номеров на 80 руб.* и внесите полученный результат в графу «сумма».

Отправьте копию оплаченной квитанции в редакцию любым удобным способом:

по факсу (495) 955-90-80 или электронной почте **distrib@maks-m.com**

* стоимомь подписки с доставкой в страны СНГ и дальнего зарубежья уточняйте в редакции



Квитанция	Получатель платежа: ООО "Макс Медиа" ИНН: 7727762050 КПП: 772701001 Рас.с. :40702810700000001360 В ОАО "Промсвязьбанк" Кор.сч.: 30101810400000000555 БИК: 044525555																								
	ФИО, адрес, телефон _____ _____ _____																								
Кассир	Журнал "АВТОКОМПОНЕНТЫ" 2012 год																								
	<table border="1"> <tr> <th>№1</th><th>№2</th><th>№3</th><th>№4</th><th>№5</th><th>№6</th><th>№7</th><th>№8</th><th>№9</th><th>№10</th><th>№11</th><th>№12</th> </tr> <tr> <td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td> </tr> </table>	№1	№2	№3	№4	№5	№6	№7	№8	№9	№10	№11	№12												
	№1	№2	№3	№4	№5	№6	№7	№8	№9	№10	№11	№12													
<table border="1"> <tr> <th>Вид платежа</th><th>Дата</th><th>Сумма</th> </tr> <tr> <td>Оплата подписки</td><td> </td><td> </td> </tr> </table>	Вид платежа	Дата	Сумма	Оплата подписки																					
Вид платежа	Дата	Сумма																							
Оплата подписки																									
Платательщик _____																									
Квитанция	Получатель платежа: ООО "Макс Медиа" ИНН: 7727762050 КПП: 772701001 Рас.с. :40702810700000001360 В ОАО "Промсвязьбанк" Кор.сч.: 30101810400000000555 БИК: 044525555																								
	ФИО, адрес, телефон _____ _____ _____																								
Кассир	Журнал "АВТОКОМПОНЕНТЫ" 2012 год																								
	<table border="1"> <tr> <th>№1</th><th>№2</th><th>№3</th><th>№4</th><th>№5</th><th>№6</th><th>№7</th><th>№8</th><th>№9</th><th>№10</th><th>№11</th><th>№12</th> </tr> <tr> <td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td> </tr> </table>	№1	№2	№3	№4	№5	№6	№7	№8	№9	№10	№11	№12												
	№1	№2	№3	№4	№5	№6	№7	№8	№9	№10	№11	№12													
<table border="1"> <tr> <th>Вид платежа</th><th>Дата</th><th>Сумма</th> </tr> <tr> <td>Оплата подписки</td><td> </td><td> </td> </tr> </table>	Вид платежа	Дата	Сумма	Оплата подписки																					
Вид платежа	Дата	Сумма																							
Оплата подписки																									
Платательщик _____																									

www.ST-KT.com

Спецтехника

коммерческий транспорт



Издание
попадающее
точно
в цель!

«СПЕЦТЕХНИКА и КОММЕРЧЕСКИЙ ТРАНСПОРТ» информационно-аналитический журнал бизнес-направленности для соответствующих сегментов автомобильного рынка. Цели и специфика издания обусловлены особенностями двух отраслей, которые оно объединяет. Журнал «СПЕЦТЕХНИКА и КОММЕРЧЕСКИЙ ТРАНСПОРТ» не просто связующее звено между производителем спецтехники и покупателем - это источник информации о тенденциях всей отрасли в целом.



The power of [E]motion

Движение наша сила



Fleenor GmbH

Tel. +49 (0) 211-70 07-04

Fax +49 (0) 211-70 07-302

info@fleenor.de

www.fleenor.de

Представительство в России:

Тел.: +7(495) 223-68-11

www.agis-motors.ru





MADE IN GERMANY



FENOX

Automotive Components



- Самый широкий ассортимент амортизаторов и стоек для российских и корейских автомобилей
- 20-летний опыт разработок и производства автокомпонентов
- Новейшие технологии производства амортизаторов



EPDM
standart



AntiScratch
Усиленное хромированное покрытие штока

MULTI DISC Система контроля дорожного покрытия*

Система подвески | Тормозная система | Электрическая система | Система охлаждения | Система трансмиссии | Система рулевого управления

*Уникальная система дисковых пружин контролирует Вашу безопасность и комфорт в пути с самого начала движения.

АМОРТИЗАТОРЫ FENOX

www.fenox.com